

**UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE
UNA SEDE DE LA CORPORACIÓN KOE AL NORTE DE LA
CIUDAD DE QUITO**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA: YESSANIA JEANNETH MEDIAVILLA
CHANCÚSIG**

DIRECTOR DE TESIS: ING. WILSON NAVARRO RAMÓN

QUITO, OCTUBRE 2011

DEDICATORIA

A MIS HERMANOS

Porque este logro lo obtuve gracias a su apoyo, a sus buenos deseos, insistencia, alegría, constancia, inspiración y motivación, este merecimiento es de todos.

Siento gran satisfacción y solo quiero decirles que si se puede, no es fácil, en varias ocasiones desmayas y piensas que el proceso es muy largo, pero todo esto se borra cuando te das cuenta que la recompensa es grande.

LA AUTORA

AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero agradecer a Dios, por guiarme todos los días por el camino correcto, a mi madre que me dio la vida y que me aconseja cada vez que me siento débil invitándome a levantarme y a lograr lo que quiero, a mi padre por ser un ejemplo claro de perseverancia y actitud positiva, a mis hermanas Marcela, Ximena y Teresa que siempre están presentes tanto en los momentos buenos como en los momentos difíciles apoyándome sentimentalmente y económicamente, a mis hermanos Daniel y Fernando que son la razón de mis estudios y mi trabajo porque me hacen pensar que me faltan muchas cosas por hacer, a Juan Carlos que siempre se alegró con lo que hago y me ha dado fuerzas para no desmayar, al Sr. José Ibáñez y a la Sra. Ángela Macías por haber sido permisivos en el trabajo durante mis estudios universitarios, haciendo que alcance el sueño de obtener mi Ingeniería, también a mis maestros por enseñarme y entregarme lo mejor que tienen.

GRACIAS!

QUE DIOS LOS BENDIGA

AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, YESSANIA JEANNETH MEDIAYILLA CHANCÚSIG, en calidad de autor del trabajo de investigación o tesis realizada sobre el “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SEDE DE LA CORPORACIÓN KOE AL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO”, por la presente autorizo a la UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de quienes tienen esta obra con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autor me corresponden con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento

Quito, 10 de julio de 2012

C.C. 171941374-0
ymediavilla@koeonline.com.ec

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA

DEDICATORIA	ii
-------------	----

AGRADECIMIENTO	iii
----------------	-----

AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL	iv
--	----

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA	v
-------------------------------------	---

ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
----------------------	----

ÍNDICE DE ANEXOS	x
------------------	---

ÍNDICE DE TABLAS	xi
------------------	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS	xii
--------------------	-----

RESUMEN EJECUTIVO	xiv
-------------------	-----

ABSTRAC	xv
---------	----

INTRODUCCIÓN	1
--------------	---

CAPITULO I LA EMPRESA

1.1 INTRODUCCIÓN.....	4
1.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO.....	9
1.3 EL PRODUCTO EN EL MERCADO.....	11
1.4 BENEFICIOS DEL PRODUCTO.....	13
1.5 CONCLUSIONES.....	18

CAPÍTULO II ESTUDIO DE MERCADO

2.1 INTRODUCCIÓN.....	20
2.2 MERCADO.....	20
2.2.1 ESTRUCTURA DE MERCADO.....	21
2.2.2 MERCADO META.....	24
2.3 COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA.....	25
2.3.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADA.....	25
2.3.1.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS DE LA INVESTIG.....	26
2.3.1.2 DESARROLLO DEL PLAN DE INVESTIGACIÓN.....	26
2.3.1.3 RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN.....	28
2.3.1.3.1 LA ENCUESTA.....	28
2.3.1.3.2 OBJETIVO GENERAL DE LA ENCUESTA.....	29
2.3.1.3.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ENCUESTA.....	29
2.3.1.4 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	29
2.3.2 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	30
2.3.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	45
2.3.3.1 ESTUDIO DE LOS PRECIOS DE LA COMPETENCIA.....	45
2.3.3.2 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL.....	47
2.3.6 ANÁLISIS DE LA ELASTICIDAD PRECIO DE LA DEMANDA.....	48
2.4 COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA.....	50
2.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	57
2.6 ESTRATEGIA COMERCIAL.....	59
2.6.1 PRODUCTO.....	59
2.6.1.1 ATRIBUTOS.....	59
2.6.1.2 ESTRATEGIA DEL PRODUCTO.....	60
2.6.1.3 MARCA.....	61
2.6.1.3.1 LOGOTIPO.....	61
2.6.1.3.2 ESLOGAN.....	62
2.6.1.4 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO.....	62
2.6.2 PRECIO.....	63
2.6.3 PLAZA.....	64
2.6.4 PROMOCIÓN.....	64
2.6.4.1 OBJETIVOS.....	64
2.6.4.2 ESTRATEGIA.....	65
2.6.4.3 ACTIVIDADES.....	65
2.6.5 SERVICIO POST VENTA.....	66
2.7 CONCLUSIONES.....	66

CAPÍTULO III ESTUDIO TÉCNICO

3.1 INTRODUCCIÓN.....	69
3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	69
3.2.1 FACTORES DE LOCALIZACIÓN.....	69

3.2.2 MATRIZ PONDERADA DE LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN.....	71
3.2.3 MAPA DE LOCALIZACIÓN.....	76
3.3 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	77
3.4 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....	77
3.4.1 SELECCIÓN DE ACTIVOS FIJOS.....	78
3.4.1.1 ÁREA DE ADMINISTRACIÓN.....	78
3.4.1.2 ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN.....	80
3.4.1.3 ÁREA DE MONITORÍA.....	82
3.4.2 REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA.....	84
3.4.3 DISTRIBUCIÓN DE LAS ÁREAS.....	87
3.5 CONCLUSIONES.....	95

CAPÍTULO IV ESTUDIO FINANCIERO

4.1 INTRODUCCIÓN.....	97
4.2 INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....	97
4.2.1 INVERSIONES.....	97
4.2.1.1 INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS.....	97
4.2.1.2 INVERSIONES EN ACTIVOS INTANGIBLES.....	98
4.2.1.3 CAPITAL DE TRABAJO.....	99
4.2.1.4 INVERSIÓN TOTAL.....	100
4.2.1.5 CRONOGRAMA DE INVERSIONES.....	100
4.2.2 FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	101
4.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS.....	101
4.3.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	102
4.3.2 PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS.....	104
4.3.2.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	104
4.3.2.2 GASTOS DE VENTAS.....	105
4.3.2.3 RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE GASTOS DE VENTAS.....	106
4.3.3 GASTOS FINANCIEROS.....	107
4.3.4 DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES.....	107
4.3.4.1 DEPRECIACIONES.....	107
4.3.4.2 AMORTIZACIONES.....	109
4.4 BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL.....	110
4.5 CONCLUSIONES.....	110

CAPÍTULO V EVALUACIÓN FINANCIERA

5.1 INTRODUCCIÓN.....	113
5.2 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	113
5.2.1 BALANCE GENERAL PROYECTADO.....	114

5.2.2 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	115
5.3 ÍNDICES FINANCIEROS.....	116
5.3.1 ÍNDICES DE LIQUIDEZ.....	116
a) Índice de Solvencia.....	116
b) Índice de Liquidez (Prueba Ácida).....	117
5.3.2 ÍNDICES DE APALANCAMIENTO.....	117
a) Índice de Solidez.....	117
b) Índice de Pasivo a Largo Plazo a Capital Permanente.....	118
5.3.3 ÍNDICES DE ACTIVIDAD.....	118
5.3.4 ÍNDICES QUE MIDEN LA CAPACIDAD DE PAGO.....	119
a) Índice de Cobertura de intereses	119
b) Índice de Cobertura Total.....	119
5.3.5 ÍNDICES DE RENTABILIDAD.....	120
a) Rentabilidad Global	120
b) Rentabilidad Sobre el Patrimonio	120
5.3.6 ÍNDICES FINANCIEROS DEL PROYECTO.....	121
5.4 FLUJOS DE CAJA DEL PROYECTO.....	122
5.5 ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	124
5.6 TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RETORNO.....	128
5.7 CÁLCULO DE LA TASA PERTINENTE DE DESCUENTO DE LOS FLUJOS DE CAJA.....	128
5.8 VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	130
5.9 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	131
5.10 PERÍODO REAL DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRR)	132
5.11 RELACIÓN BENEFICIO – COSTO (B/C).....	132
5.12 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	133
5.13 RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN.....	137
5.14 CONCLUSIONES.....	138
6. GLOSARIO.....	139
7. BIBLIOGRAFÍA.....	141
8. CRONOGRAMA.....	142
9. PRESUPUESTO.....	143

ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO 1: CONSTRUCCIONES MÉTODO FAST AND EASY
- ANEXO 2: ENCUESTA DE INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA
- ANEXO 3: CAPACIDAD MÁXIMA DE LA DEMANDA
- ANEXO 4: INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS
- ANEXO 5: GASTOS ADMINISTRATIVOS
- ANEXO 6: GASTOS DE VENTAS
- ANEXO 7: TABLA DE AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO COMERCIAL
- ANEXO 8: VALORES RESIDUALES DE LOS ACTIVOS FIJOS
- ANEXO 9: DEPRECIACIÓN ANUAL DE ACTIVOS FIJOS

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
TABLA 1: ACOGIDA PROGRAMA KOE	9
TABLA 2: POBLACIÓN DEL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AL 2001	22
TABLA 3: PROYECCIÓN DE LA PARROQUIA PONCEANO POR ZONAS	23
TABLA 4: PROYECCIÓN DE LA PARROQUIA PONCEANO POR EDADES REQUERIDAS EN CADA ZONA	24
TABLA 5: MERCADO POTENCIAL	27
TABLA 6: PRECIOS DE LA COMPETENCIA	46
TABLA 7: MERCADO OBJETIVO	47
TABLA 8: CAPACIDAD MÁXIMA DE LA DEMANDA	48
TABLA 9: CÁLCULO DE LA ELASTICIDAD PRECIO DE LA DEMANDA	49
TABLA 10: DIRECCIONES DE LOS INSTITUTOS DE INGLÉS UBICADOS EN PARROQUIAS ALEDAÑAS A LA PARROQUIA PONCEANO	50
TABLA 11: INSTITUTOS DE INGLÉS UBICADOS EN PARROQUIAS ALEDAÑAS A LA PARROQUIA PONCEANO	51
TABLA 12: CAPACIDAD MÁXIMA DE LA OFERTA	57
TABLA 13: PROCESO DE VENTA DIRECTA	58
TABLA 14: PRECIO FINAL	64
TABLA 15: VALORES PONDERADOS DE PESO RELATIVO DE LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN	71
TABLA 16: PUNTAJE DE LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN	72
TABLA 17: PUNTAJE PONDERADO DE LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN PARA DETERMINAR LA MACROLOCALIZACIÓN	73
TABLA 18: PUNTAJE DE LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN	74
TABLA 19: PUNTAJE PONDERADO DE LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN PARA DETERMINAR LA MICROLOCALIZACIÓN	75
TABLA 20: EQUIPO DE COMPUTACIÓN DEL ÁREA ADMINISTRATIVA	80
TABLA 21: EQUIPO DE OFICINA DEL ÁREA ADMINISTRATIVA	80
TABLA 22: CARACTERÍSTICAS DE LOS MUEBLES Y ENSERES DEL ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN	81
TABLA 23: EQUIPO DE COMPUTACIÓN DEL ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN	81
TABLA 24: EQUIPO DE OFICINA DEL ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN	82
TABLA 25: CARACTERÍSTICAS DE MUEBLES Y ENSERES DEL ÁREA DE MONITORÍA	83
TABLA 26: EQUIPO DE COMPUTACIÓN DEL ÁREA DE MONITORÍA	83
TABLA 27: EQUIPO DE OFICINA DEL ÁREA DE MONITORÍA	84

TABLA 28:	SIMBOLOGÍA DEL MÉTODO SLP	87
TABLA 29:	DIMENSIONES POR ÁREAS	90
TABLA 30:	DIMENSIONES DE LAS ÁREAS DEL INSTITUTO KOE	92
TABLA 31:	INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	98
TABLA 32:	INVERSIONES EN ACTIVOS INTANGIBLES	99
TABLA 33:	INVERSIÓN TOTAL	100
TABLA 34:	FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	101
TABLA 35:	INGRESOS DEL PROYECTO	103
TABLA 36:	GASTOS ADMINISTRATIVOS	105
TABLA 37:	GASTOS DE VENTAS	106
TABLA 38:	PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS	106
TABLA 39:	GASTOS FINANCIEROS	107
TABLA 40:	VIDA ÚTIL Y PORCENTAJES PARA LA DEPREC.	107
TABLA 41:	VALORES RESIDUALES DE LOS ACTIVOS FIJOS	108
TABLA 42:	DEPRECIACIÓN ANUAL DE ACTIVOS FIJOS	109
TABLA 43:	AMORTIZACIÓN DE LOS ACTIVOS INTANGIBLES	109
TABLA 44:	CORPORACIÓN KOE ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL AL 01 DE ENERO DEL 2011	110
TABLA 45:	BALANCE GENERAL PROYECTADO	114
TABLA 46:	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS	115
TABLA 47:	ÍNDICES FINANCIEROS DEL PROYECTO AL PRIMER AÑO DE FUNCIONAMIENTO	121
TABLA 48:	FLUJO DE CAJA NETO	123
TABLA 49:	COSTOS FIJOS	125
TABLA 50:	COSTOS VARIABLES	126
TABLA 51:	PUNTO DE EQUILIBRIO CONTABLE	127
TABLA 52:	TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RETORNO (TMAR)	128
TABLA 53:	COSTO PONDERADO DE CADA FUENTE	129
TABLA 54:	VALOR ACTUAL NETO (VAN)	130
TABLA 55:	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	131
TABLA 56:	PERÍODO REAL DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	132
TABLA 57:	RELACIÓN BENEFICIO – COSTO	133
TABLA 58:	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	134
TABLA 59:	FLUJO DE CAJA PROMEDIO	134
TABLA 60:	DESVIACIÓN ESTÁNDAR Y VALOR ACTUAL NETO PROMEDIO	135
TABLA 61:	CRITERIOS DE DECISIÓN	137
TABLA 62:	COBERTURA DE LA DEUDA	137

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
GRÁFICO 1: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	8
GRÁFICO 2: ACTIVIDADES EDUCATIVAS	16
GRÁFICO 3: ÁREA A LA QUE PERTENECE SU PROFESIÓN	30
GRÁFICO 4: DOMINIO DE OTRA LENGUA	31
GRÁFICO 5: HABLANDO INGLÉS	31
GRÁFICO 6: ESCRIBIENDO INGLÉS	32
GRÁFICO 7: LEYENDO INGLÉS	32
GRÁFICO 8: NIVEL DE INGLÉS APROBADO	33
GRÁFICO 9: MÉTODO CON EL QUE SE CAPACITÓ	33
GRÁFICO 10: NIVEL DE INGLÉS QUE ESTÁ ESTUDIANDO	34
GRÁFICO 11: CALIFICACIÓN DEL MÉTODO	34
GRÁFICO 12: MÉTODO EXCELENTE	35
GRÁFICO 13: MÉTODO MUY BUENO	35
GRÁFICO 14: BUENO	36
GRÁFICO 15: MÉTODO REGULAR	36
GRÁFICO 16: MÉTODO MALO	37
GRÁFICO 17: MÉTODO ACTUAL DE CAPACITACIÓN	37
GRÁFICO 18: MENSUALIDAD DE \$50-\$70 (HORAS)	38
GRÁFICO 19: MENSUALIDAD DE \$50-\$70 (INSTITUTOS)	38
GRÁFICO 20: MENSUALIDAD DE \$80-\$100 (HORAS)	39
GRÁFICO 21: MENSUALIDAD DE \$80-\$100 (INSTITUTOS)	39
GRÁFICO 22: MENSUALIDAD DE \$110-\$140 (HORAS)	40
GRÁFICO 23: MENSUALIDAD DE \$110-\$140 (INSTITUTOS)	40
GRÁFICO 24: MENSUALIDAD DE \$150 ó MÁS (HORAS)	41
GRÁFICO 25: MENSUALIDAD DE \$150 ó MÁS (INSTITUTOS)	41
GRÁFICO 26: MAYOR DIFICULTAD PARA CAPACITARSE	42
GRÁFICO 27: MÉTODO ADECUADO PARA CAPACITANDOSE	42
GRÁFICO 28: TIEMPO DE APRENDIZAJE	43
GRÁFICO 29: CONOCE LA FÓRMULA FAST AND EASY	43
GRÁFICO 30: Nº DE HORAS SEMANALES DE ASISTENCIA	44
GRÁFICO 31: MATERIAL ADECUADO DE APRENDIZAJE	44
GRÁFICO 32: INSTITUTO CERCANO	45
GRÁFICO 33: LOGOTIPO DE LA CORPORACIÓN	61
GRÁFICO 34: CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO	63
GRÁFICO 35: MAPA DE LOCALIZACIÓN	76
GRÁFICO 36: DIAGRAMA CORRELACIONAL DE LAS ÁREAS DEL INSTITUTO	88
GRÁFICO 37: DIAGRAMA DE HILOS DE LAS ÁREAS DEL INSTITUTO	88
GRÁFICO 38: DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA POR ÁREAS	89
GRÁFICO 39: DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA DE LA NUEVA SUCURSAL DE KOE	93
GRÁFICO 40: PUNTO DE EQUILIBRIO DEL PRIMER AÑO	127
GRÁFICO 41: DESVIACIÓN ESTÁNDAR	136

RESUMEN EJECUTIVO

Tema: Estudio de factibilidad para la apertura de una sede de la Corporación KOE al norte de la ciudad de QUITO.

Topic: Feasibility study for the opening of a branch of KOE Corporation in the Northern area of Quito City.

El proyecto consiste en realizar un estudio de FACTIBILIDAD para aperturar una sede de la Corporación Koe al norte de Quito, el mercado objetivo serán las personas de la Parroquia Ponceano entre los 25 y 34 años de edad, para determinar el interés actual de aprender inglés y cuantificar la DEMANDA. Koe se ubicará en la calle José de la Rea y Av. Diego de Vásquez Cepeda, la INVERSIÓN para la apertura será de \$52.136 y el PERSONAL requerido para ejecutar el proyecto serán 19 personas. Durante el primer año el punto de EQUILIBRIO se alcanzará a los 2 meses y 24 días, las ventas totales serán de \$772.320 y la utilidad neta será de \$259.901,39. El valor actual neto será positivo y la RECUPERACIÓN de la inversión será en 5 meses y 7 días. Se realizará un seguimiento personalizado a los usuarios para conocer como se sienten, con el fin de mantenerlos fieles y ofrecerles horarios para mejorar el servicio.

EXECUTIVE ABSTRACT

Topic: Feasibility study for the opening of a branch of KOE Corporation in the Northern area of Quito City.

The project consists of conducting a feasibility study for the opening of a new branch of KOE Corporation in the north of Quito, the target will be people from the Ponceano parish between 25 and 34 years old, for determining the current interest of learning English and quantify the demand. KOE will be located in Jose de la Rea Street and Diego de Vasquez Cepeda Avenue. The investment for the opening will be \$52.136 and the staff required for executing the project will be of 19 people. During the first year the break-even point will be reached in 2 months and 24 days, the total sales will be \$772.320 and the net profit will be of \$259.901,39. Net present value will be positive and the recovery of the investment will be in 5 months and 7 days. A personalized follow-up will be conducted to users in order to know how they feel, for keeping them loyal and offering them schedules that improve the service.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación surge de lograr satisfacer las necesidades del mercado existente, en lo que se refiere al aprendizaje y dominio del idioma inglés. Esta introducción abarcará la investigación, el planteamiento del tema, los objetivos y términos en los que se realizó el tema.

La empresa tiene el nombre de Koe Corporation cuyas características principales se enfocan a la enseñanza del idioma inglés, la empresa surge por la necesidad que el mercado de hoy tiene que es encontrar un curso de inglés que no solo te sirva para conocer lo básico del idioma sino también cubrir cada uno de los requerimientos de los clientes, su enfoque principal será la satisfacción de los mismos.

Koe Corporation está bien estructurada y lo que se realizará es la apertura de una sede de la misma, se garantizará en su totalidad que se cumplirá con las normas y reglamentos pertinentes.

Mediante estos parámetros la sede que se va a abrir buscará satisfacer las necesidades de aprender inglés de los clientes del norte de la ciudad de Quito, ofertando un producto de gran calidad y siendo competitiva frente al precio, la empresa se dedicará a la comercialización de este producto.

El lanzamiento de este producto al mercado es una actividad empresarial llena de riesgos e incertidumbres pues los ciclos de vida de los productos se acortan en la gran mayoría, sus principales motivos son los cambios en la demanda y el aumento de la competencia.

Para contrarrestar este riesgo, este producto está compuesto principalmente por una serie de características intangibles que buscan satisfacer las necesidades de quienes lo adquieran y así corresponder a la idea de utilidad.

Se basará en la venta directa para llegar al consumidor final, para lo cual se deberá dirigir las diferentes promociones a los mejores prospectos, también se deberá afinar la identificación de los mercados y buscar especialmente a los clientes más seguros.

Se diseñarán estrategias de marketing para lograr una participación significativa en un mercado fragmentado. Por este motivo es necesario realizar un estudio a cada uno de los consumidores, determinar la demanda real que existe en el mercado e identificar los gustos y preferencias.

El estudio financiero presentará todos los requerimientos monetarios investigados en el estudio de mercado y el estudio técnico para implementar el mercado, así también se determinará los ingresos que se obtendrán al ejecutar las actividades económicas con el fin de disponer de la información necesaria para la rentabilidad que se desarrollará en el proyecto.

El estudio financiero no solo consistirá en determinar si el proyecto es rentable o no, sino que deberá discernir entre alternativas de acción para poder estar en condiciones de recomendar el rechazo o la aprobación de la operación en grado óptimo de su potencial real.

CAPÍTULO I

CAPITULO I

LA EMPRESA

1.1 INTRODUCCIÓN

KOE Corporation es una compañía multinacional que pertenece al grupo financiero “JOM Internacional”, el cual tiene 28 años de experiencia y presencia en 18 países de Latinoamérica.

KOE, es una compañía con especialización en el idioma inglés; cuenta con más de 22 años de experiencia en Latinoamérica y está ubicada en 8 países que son: México, Chile, Colombia, Venezuela, Panamá, Perú, República Dominicana y Ecuador.

En Ecuador la compañía cuenta con sedes en :

- **Guayaquil:** Norte y Centro
- **Quito:** Norte y Sur
- **Cuenca:** Centro

Misión

“Buscar la satisfacción de las necesidades de comunicación del ser humano, mediante la transferencia del conocimiento del idioma inglés con una clara actitud de servicio y altos estándares de eficiencia y productividad, con una alta conciencia de responsabilidad social”.¹

¹ MENDIWELSON, Yadira.- Carta de Navegación Grupo JOM.- pág. 5.

KOE busca cumplir con la promesa básica de que las personas aprendan hablar inglés, atravesando la barrera en el menor tiempo posible con un excelente servicio.

Visión

“Ser reconocidos en Latinoamérica como la Compañía Multinacional que marca la diferencia en el mercado de los métodos para la transferencia del conocimiento del idioma inglés, por la efectividad de su producto y la excelencia de su servicio. Además ser reconocidos por la formación y calidad humana de sus integrantes, del crecimiento y desarrollo personal de los mismos y por la expansión continua en el mercado”.²

KOE busca posicionarse en todos los países de Latinoamérica como el mejor instituto de inglés que cuenta con una metodología comprobada para aprender hablar el idioma y como la mejor empresa para que sus colaboradores hagan carrera y se desarrollen profesionalmente.

Valores

Se definen cinco valores como puntos cardinales que sustentan sus acciones y esperan como resultado de la vivencia plena de los mismos, comportamientos que caractericen y diferencien a sus colaboradores y son los siguientes:

Capacidad

Se practica la filosofía del mérito. Su gente logra ascender y ocupar las posiciones más destacadas, solo gracias a su conocimiento, esfuerzo y dedicación y al respeto que se ha ganado dentro de la organización. La

² Ibid.- pág. 6.

capacidad es el resultado del continuo entrenamiento y formación. Por lo tanto, entienden capacidad como lo opuesto a la incompetencia.

Responsabilidad y Compromiso

El ser responsables es mucho más que cumplir con las obligaciones. Significa dar prioridad a la ejecución de tareas y recursos y tener criterio para delegar siempre bajo supervisión y seguimiento.

Lealtad

Es la base de toda relación sana, próspera y efectiva. Ser leal implica coherencia entre lo que se dice y se hace, confidencialidad del conocimiento e información, honestidad en sus acciones respeto por las personas e integridad para proteger con ejemplo la imagen y el buen nombre de su organización, sus directivos y trabajadores.

Liderazgo

En esta organización saben identificar el potencial de la gente para formar líderes capaces de contagiar y movilizar a otros con su entusiasmo y mostrar el camino hacia la visión de la empresa. El líder JOM sabe delegar a los más competentes aquellos temas que no son de su dominio, pero que resultan indispensables para el éxito de la Corporación.

Servicio

Entienden el servicio como la meta máxima de la gestión empresarial y social. Es su principal fortaleza, su real diferencial. En consecuencia, el servicio es la actitud esencial de quienes ya forman parte del Grupo JOM y el requisito indispensable para quienes desean acompañarlos en el futuro.³

³ Ibid.- pág. 12-13.

Estructura

KOE se compone de 3 departamentos Publicidad, Administración y Servicios.

Publicidad

En este departamento es en donde se realiza la captación de nuevos usuarios, mediante asesores comerciales, senior ejecutivos, jefes de grupo, gerentes y directores, para que los demás departamentos puedan funcionar y ejecutar sus actividades.

Administración

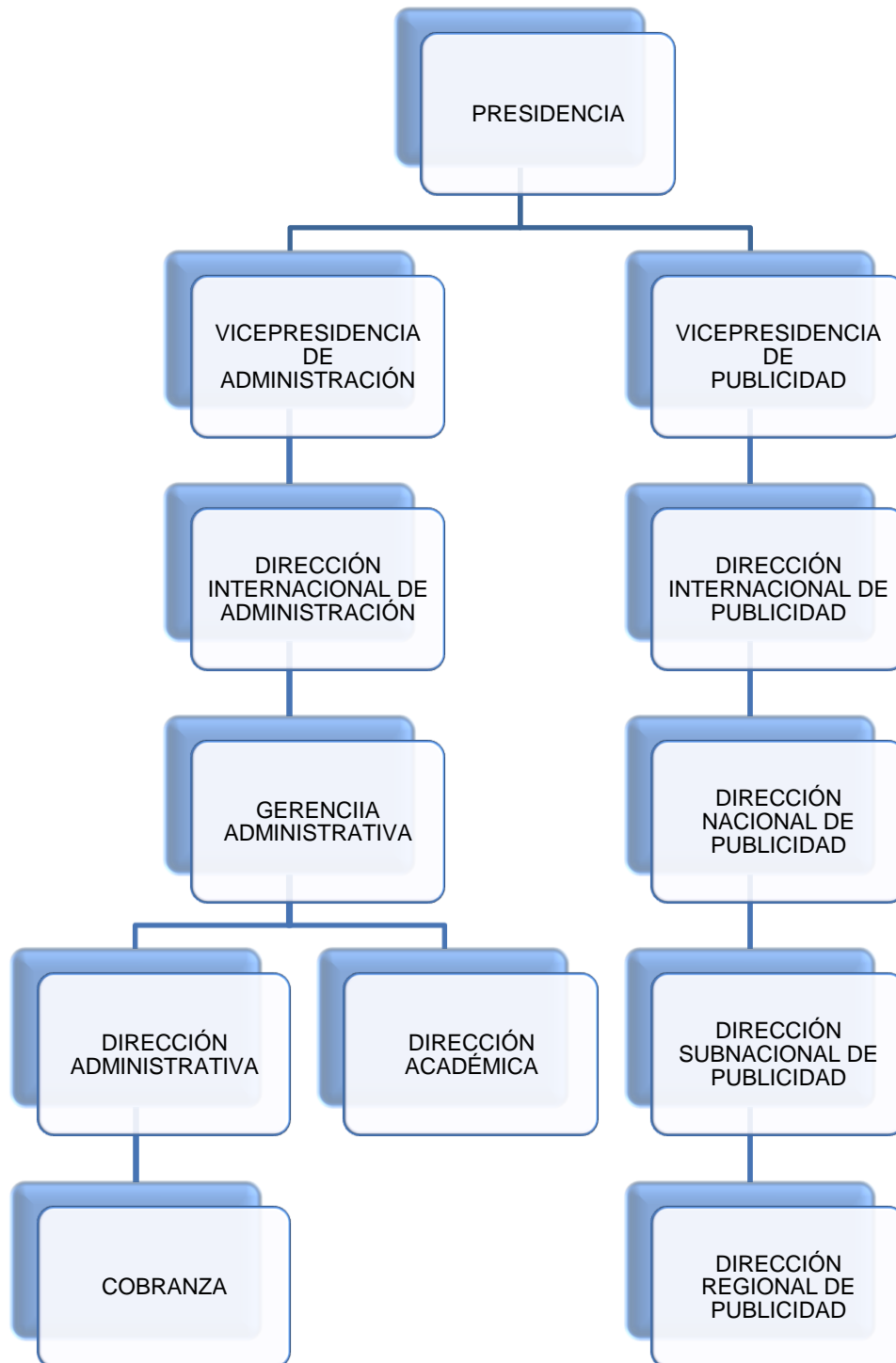
Mediante este departamento primero, se realiza la entrega de materiales para que el usuario pueda asistir a la sesión de apertura, luego pasa la cuenta a los ejecutivos de cobranza, para que ellos acompañen al usuario durante los 9 meses más 3 meses de preparación de TOEFL que va a estar en KOE, para ayudarles a despejar las dudas en cuanto al servicio y realizar su respectivo cobro. De igual forma este departamento trabaja en equipo con el departamento de Publicidad y Servicio, porque es el que facilita el dinero que se requiere para la ejecución de estrategias propuestas para la captación de usuarios y todo lo que se requiera para el servicio de los mismos, como también el pago a todos los colaboradores de la corporación.

Servicio

Aquí es en donde se da cumplimiento a la promesa básica de que un usuario puede aprender inglés y a los nueve meses haber desarrollado las habilidades de hablar, escribir, leer y pensar en este idioma como segunda lengua, mediante la fórmula perfecta y 37 actividades educativas que se utilizan en las monitorias y se complementan a través de los talleres.

GRÁFICO N° 01

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Elaborado por la Autora

Portafolio de Clientes

Teniendo en cuenta que el aprendizaje del idioma inglés es demasiado importante en la actualidad, KOE ofrece un programa que está dirigido a niños mayores a siete años, estudiantes (colegio-universidad), y profesionales (nivel empresarial-gerencial), ofreciéndoles la oportunidad de que en un lapso no mayor a 9 meses puedan ser intérpretes del idioma.

A continuación se detalla en base a porcentajes y de acuerdo a las edades, cual es la acogida que tiene el programa de KOE y quiénes son los que en mayor cantidad se vinculan.

CUADRO Nº 1

ACOGIDA PROGRAMA KOE

Edades	Porcentaje
7 – 10	15%
11 - 17	18%
18 - 35	50%
más 35	17%
	100%

Elaborado por la Autora

1.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

El producto de KOE es el Kit **Fast and Easy** que es un material que contiene el método **Fast and Easy** y su herramienta base de enseñanza denominada “La fórmula perfecta para hablar inglés de verdad”, por lo tanto, el

material se convierte en el eje central del programa. El usuario debe realizar una práctica llamada EPA (Ejercitación Previa Autónoma), en su casa o lugar de trabajo, con el fin de acondicionar su mente al idioma Inglés.

El kit **Fast and Easy** contiene los siguientes elementos:

- **Dos (2) Fast and Easy Manuals.**
- **Cinco (5) libros**

1 libro de Guía para el programa Básico

1 libro de Guía para el programa intermedio

1 libro de Práctica para el programa Básico

1 libro de Práctica para el programa Intermedio

1 libro de Práctica para el programa Avanzado

- **Cinco (5) CD's de MP3:**

Dos (2) CD's para el programa Básico

Dos (2) CD's para el programa Intermedio

Un (1) CD's para el programa Avanzado

- **Un (1) CD en formato de DVD para el Programa Avanzado.**



SERVICIO

Después de realizar la EPA, el aprendizaje del idioma se complementa a través de monitorias y talleres, a los cuales debe asistir el usuario para realizar una práctica vivencial y obtener una corrección inmediata, como también despejar las dudas que se presenten y de esta forma eliminar miedos, mitos y temores, en base a las 37 actividades educativas que se asemejan a juegos,

utilizando incluso una asociación por colores para que el aprendizaje sea dinámico más no aburrido y dar cumplimiento a la promesa básica de que el usuario aprenda hablar, pensar, escribir y leer el idioma inglés en tan solo 9 meses.

1.3 EL PRODUCTO EN EL MERCADO

El programa para aprender inglés de KOE, ofrece una opción en el mercado para que las personas de habla hispana aprendan hablar inglés de una manera rápida y fácil.

a) Marca

Fast & Easy

b) Presentaciones del Producto

Programa Básico

Survival English

¡Hable inglés desde el primer día!



Material Incluido

- Un (1) Libro Guía.
- Un (1) Libro de Práctica.
- Dos (2) CD's de Audio en Formato MP3.

Módulos

- Módulo B1
- Módulo B2
- Módulo B3

Programa Intermedio

Functional English

¡Consolide sus conocimientos y piense en inglés!



Material Incluido

- Un (1) Libro Guía.
- Un (1) Libro de Práctica.
- Dos (2) CD's de Audio en formato MP3.

Módulos

- Módulo M1
- Módulo M2
- Módulo M3

Programa Avanzado

Standard English

¡Hable inglés como lengua extranjera!



Material Incluido

- Un (1) Libro de Práctica.
- Un (1) CD de Audio en Formato MP3.
- Un (1) CD en Formato DVD.

Módulos

- Módulo A.P. (Advanced Program)
- Situaciones como: Abrir Cuenta Bancaria, Visita al Médico, etc.

1.4 BENEFICIOS DEL PRODUCTO

KOE Corporation capacita a sus usuarios a través de la aplicación de una ciencia llamada “Sugestología”, la cual busca acelerar los procesos de fijación y captación, motivando a que la persona pierda mitos, miedos y temores que tenga en contra del idioma inglés, al hacer del proceso de aprendizaje algo natural.

Fast & Easy es un método que reproduce paso a paso el aprendizaje y el dominio del idioma inglés. Su metodología no sigue los lineamientos de aprendizaje tradicional, por lo tanto, los usuarios aprenden el idioma sin sentir la presión de exámenes ni tareas, lo cual contribuye eficazmente a perder miedos al idioma inglés al capacitar a los usuarios inicialmente en la primera habilidad para el conocimiento de un idioma que es hablar.

El programa Fast & Easy se divide de la siguiente manera:

PROGRAMA BÁSICO: Duración estimada de 3 Meses

Módulos B1, B2, B3

El objetivo primordial es que el usuario exprese verbalmente sus necesidades básicas, abarcando una serie de expresiones que le permitan comunicarse verbalmente. Esta etapa se denomina “inglés de supervivencia”.

PROGRAMA INTERMEDIO: Duración estimada de 3 Meses

Módulos M1, M2, M3

Una vez que el usuario aprende a comunicarse verbalmente, continua desarrollando sus habilidades comunicativas. Durante esta etapa el usuario tiene una consolidación gramatical, al adquirir el conocimiento de las diferentes

estructuras y expresiones que le permitirán sostener una conversación mas fluida, al mismo tiempo que adquiere la capacidad de escribir y leer correctamente en inglés. Esta etapa se denomina “inglés funcional”.

PROGRAMA AVANZADO: Duración estimada de 3 Meses

Fases de la 1 a la 12

Con la finalidad de lograr un manejo integral del idioma, el usuario debe encontrarse en capacidad de interactuar con diferentes personas, situaciones y entornos. Por tal razón, durante el desarrollo del Programa Avanzado, el usuario es capacitado para enfrentarse a situaciones reales, entre las cuales se encuentran: postulando a un empleo, planeando vacaciones, chequeo médico, entre otros. Durante esta etapa de aprendizaje el usuario debe demostrar que puede escribir, leer, hablar y pensar perfectamente en inglés.

ETAPA DE PERFECCIONAMIENTO:

Al culminar la serie de Programas Fast & Easy los usuarios tienen acceso a un ciclo de preparación para la prueba TOEFL (Test of English as a Foreign Language), prueba máxima de suficiencia en el idioma inglés que se presenta en la Embajada de los Estados Unidos de América. Dicha prueba es solicitada en caso de querer postular a becas, hacer un posgrado, maestría o ejercer la profesión en EEUU. El ciclo de preparación tiene una duración aproximada de 2 meses, lo cual permite al usuario revisar a detalle los conocimientos previamente adquiridos y complementar sus habilidades comunicativas a un nivel más exigente.

EJERCITACIÓN PREVIA AUTÓNOMA

El usuario debe realizar una práctica denominada EPA (Ejercitación Previa Autónoma) con el material didáctico, en su casa o lugar de trabajo, con el fin de acondicionar su mente al idioma Inglés. La EPA se realiza según el módulo o nivel en el que se encuentre el usuario. Cada módulo está compuesto a su vez por cuatro fases o lecciones las cuales deberán ser abarcadas de la siguiente manera:

DIA 1: Escuchar y Leer la Fase No. 1

DIA 2: Escuchar y Leer la Fase No. 2

DIA 3: Escuchar y Leer la Fase No. 3

DIA 4: Escuchar y Leer la Fase No. 4

Esta práctica no requiere de más de 40 minutos diarios por parte del usuario. Sin embargo, es necesario recalcar que es primordial su realización para garantizar el aprendizaje, llegando a una alta fijación repetitiva y educando el oído a este idioma, pues sólo con una práctica constante se logrará el resultado esperado, que es el de hablar inglés en 9 meses.

SESIONES DE MONITORIA:

El usuario debe asistir a dos (2) sesiones de monitoria semanales con el fin de garantizar el proceso de aprendizaje. Estas sesiones deben ser programadas independientemente con 48 horas de anticipación, ya sea vía telefónica, vía internet, ó personalmente en las sedes.

Los horarios son presentados dentro de un abanico de opciones para cada módulo o nivel, teniendo en cuenta el horario de atención de las sedes que es:

Lunes a Viernes: 7:00 a 21:00

Sábados: 8:00 a 16:00

Es importante que el usuario tenga en cuenta realizar su programación dentro del rango establecido debido a que las sesiones tienen un cupo máximo de 8 usuarios.

El objetivo principal de las sesiones de monitoria es motivar al usuario a que domine el idioma a través del uso de la fórmula perfecta (Ver Anexo N° 01). Las 37 actividades Fast & Easy diseñadas por KOE buscan que el usuario pongan en práctica los temas que ha estado trabajando a través de su EPA. Durante la sesión el monitor designado cumple una función de guía y estará atento al desempeño de cada usuario, detectando las posibles falencias que puedan llegar a tener y corrigiéndolas en el momento, aclarando las dudas presentadas por los usuarios a través de ejemplos. Las actividades Fast & Easy han sido diseñadas contemplando la agrupación temática de los diferentes módulos o niveles dentro del programa.

GRÁFICO N° 02

ACTIVIDADES EDUCATIVAS



De igual manera se cuenta con una serie de material complementario, como son las flashcards (o tarjetas de vocabulario) y láminas y afiches donde se presentan los temas de cada nivel a través de la fórmula perfecta.

Los usuarios no son evaluados bajo un criterio cuantitativo, es decir, no se realizan pruebas o exámenes para determinar si un usuario aprueba o no un módulo. El criterio de evaluación usado por los monitores es cualitativo, al identificar a través de la interacción con los usuarios las fallencias que estos puedan tener. En caso de detectarse que el usuario tiene fallas al usar un tema en particular, será informado al respecto, y deberá continuar asistiendo a monitorías del módulo en el que se encuentra hasta que demuestre que entiende los temas del módulo y puede usarlos correctamente al comunicarse en inglés con otras personas. Una vez el usuario se encuentre en capacidad de avanzar al siguiente módulo, será informado para que inicie su EPA de los temas del nivel que va a iniciar.

Se ha estimado que un usuario necesita entre seis (6) y ocho (8) asistencias a monitoría para lograr el resultado esperado, es por esta razón que se ha determinado una duración aproximada de un (1) mes para cada módulo, lo que conllevaría a la culminación de cada programa (Básico, Intermedio o Avanzado) en un plazo de tres (3) meses.

Adicionalmente los usuarios tienen la potestad de asistir libremente a los talleres complementarios ofrecidos por la compañía. Estos talleres buscan proporcionar opciones adicionales de práctica, al concentrarse en aspectos específicos como: Vocabulario, Gramática, Pronunciación, Lectura y Escritura, Conversación, Comprensión Auditiva y Taller Musical.

Los talleres son ofrecidos en un horario preestablecido que varía cada mes. Los usuarios tendrán libre acceso a ellos, sin la necesidad de realizar una reservación, simplemente deberán tener en cuenta el horario en el que se encuentra disponible.

1.5 CONCLUSIONES

- a) La empresa puede cumplir su responsabilidad socioeconómica de satisfacer a sus clientes comercializando un producto que en verdad satisfaga necesidades y deseos.
- b) En estos tiempos el ciclo vital de los productos se está tornando más breve, esto significa que la empresa moderna debe crear nuevos productos en forma continua y aprovechar de la mejor forma las etapas iniciales del ciclo de vida.
- c) La empresa obtendrá parte considerable de su volumen de ventas y de sus utilidades netas de su producto a partir de los 5 años, por eso es importante innovar constantemente.

CAPÍTULO II

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 INTRODUCCIÓN

El estudio de mercados es el principal capítulo de un estudio de factibilidad, tiene por objeto determinar y cuantificar la demanda y la oferta, analizar los precios de mercado y realizar un estudio de comercialización.⁴

Este capítulo tiene como propósito determinar la demanda real existente en el mercado e identificar la necesidad de aprender inglés. Además, conocer el comportamiento de la competencia, que sirve de referencia para establecer las condiciones con las cuales se lanzará el producto en el mercado.

2.2 MERCADO

El mercado está conformado por niños, estudiantes y profesionales, con diferentes necesidades, preferencias, costumbres, posibilidades económicas, entre otros aspectos, que dificultan entregarles un producto que satisfaga lo que requieren todas las personas.

Por este motivo, es necesario realizar un estudio a los consumidores y segmentar el mercado con el fin de identificar a qué parte de éste se puede dirigir el producto que se va a comercializar es decir definir la población o el universo al que se aplicará el estudio de mercado.

⁴ BACA URBINA, Gabriel.- Evaluación de Proyectos.- Cuarta Edición.- Editorial McGraw-Hill.- México.- 2001.- pág. 7

2.2.1 ESTRUCTURA DE MERCADO

Para la segmentación se tomó en cuenta de la clasificación de variables que caracterizan al mercado, las siguientes:

Variables Geográficas.- Estas variables dividen al mercado en unidades geográficas, como provincias, cantones, ciudadanos, barrios, entre otros, lo que determina el tamaño del mercado objetivo.

Variables Demográficas.- Consisten en dividir el mercado en distintos grupos en base a variables tales como la edad, sexo, tamaño de la familia, ciclo de vida familiar, ingreso, ocupación, educación, religión, raza y nacionalidad. Las variables demográficas son el fundamento más común para distinguir los grupos de consumidores debido a que son éstas las que se relacionan en mayor grado con los gustos y preferencias de las personas; y además son fáciles de cuantificar a diferencia de otras variables.⁵

Para llegar a determinar el mercado objetivo, primero se tomó en cuenta la población del norte de la ciudad de Quito compuesta por 570.393 habitantes según el censo realizado en el 2001 por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), después; de esta población la autora eligió la Parroquia Ponceano y al realizar la proyección para el año 2010, con un crecimiento poblacional del 1.5%, se estima un total de 59.176 habitantes en esta Parroquia.

⁵ KOTLER, Philip, et.al.- Dirección de Marketing.- Edición del Milenio.- Editorial Prentice Hall.- Décima Edición.- Madrid, 2000.- pág. 297

CUADRO Nº 02

POBLACIÓN DEL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO AL 2001

PARROQUIAS	POBLACIÓN
CONDADO	55.787
CACELÉN	39.178
C.PUEBLO	39.293
PONCEANO	52.137
COTOCOLLAO	32.384
COCHAPAMBA	44.869
CONCEPCIÓN	37.050
KENNEDY	68.307
EL INCA	30.134
JIPIJAPA	33.340
IÑAQUITO	43.851
RUMIPAMBA	31.291
BELISARIO Q.	46.713
MARISCAL SUCRE	16.059
TOTAL	570.393

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001. INEC

Para proyectar la población de la Parroquia Ponciano se utilizó la fórmula:

$$S = P (1+in)$$

Dónde:

S = Habitantes al 2010

P = Habitantes al 2001

i = Porcentaje de crecimiento poblacional

n = años

$$S = P (1+in)$$

$$S = 52137 (1 + 1.5 \% (9))$$

$$S = 52137 (1.135)$$

$$S = \mathbf{59.176}$$

Al aplicar los criterios de segmentación se tomó en cuenta las variables geográficas y las variables demográficas y se determinó que la apertura de la sede de KOE al norte de la ciudad de Quito, se dirigirá a la Parroquia de Ponceano que está compuesta por 10 zonas y a las personas que se encuentran entre los 25 y 34 años de edad, que cuentan con una independencia económica, decisión y necesidad para aprender inglés.

CUADRO Nº 03

PROYECCIÓN DE LA PARROQUIA PONCEANO POR ZONAS

ZONA	POBLACIÓN 2001	PORCENTAJE	POBLACIÓN 2010
29	4914	9,43	5577
30	5294	10,15	6009
31	5288	10,14	6002
32	5378	10,32	6104
33	5187	9,95	5887
34	4900	9,40	5562
35	4984	9,56	5657
36	5195	9,96	5896
37	5339	10,24	6060
38	5658	10,85	6422
	52.137	100,00	59.176

Elaborado por la autora

CUADRO Nº 04

PROYECCIÓN DE LA PARROQUIA PONCEANO POR EDADES REQUERIDAS EN CADA ZONA

ZONA	2001					2010		
	DE 25 A 29 AÑOS	%	DE 30 A 34 AÑOS	%	TOTAL	DE 25 A 29 AÑOS	DE 30 A 34 AÑOS	TOTAL
29	425	8,65	396	8,06	821	482	449	932
30	424	8,01	503	9,50	927	481	571	1052
31	386	7,30	518	9,80	904	438	588	1.026
32	418	7,77	446	8,29	864	474	506	981
33	443	8,54	537	10,35	980	503	610	1.112
34	435	8,88	388	7,92	823	494	440	934
35	427	8,57	461	9,25	888	485	523	1.008
36	414	7,97	487	9,37	901	470	553	1023
37	493	9,23	581	10,88	1074	560	659	1.219
38	447	7,90	486	8,59	933	507	552	1.059
TOTAL	4.312		4.803		9.115	4.894	5.452	10.346

Elaborado por la Autora

Después de realizar la proyección respectiva, se determinó que el mercado objetivo al cual se va a dirigir la autora en la Parroquia Ponceano tomando en cuenta las edades entre 25 y 34 años es de 10.346 habitantes.

2.2.2 MERCADO META

Del análisis anterior se ha establecido que el mercado meta para la venta de programas de inglés Fast and Easy, será la Parroquia Ponceano que pertenece al norte del Distrito Metropolitano de Quito, atendiendo a las personas entre los 25 y 34 años de edad y dirigido a usuarios para los cuales los beneficios académicos, culturales, laborales y económicos de aprender

inglés, sean realmente importantes. Siendo el objetivo posicionar en la mente de los usuarios estos beneficios y que cuando una persona piense en inglés piense en KOE.

2.3 COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA

Se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.⁶

El cálculo de la demanda se dificulta cuando no existen fuentes de información estadística que refleje el comportamiento histórico del mercado, en estos casos la teoría recomienda una investigación de campo, para obtener datos actuales de la demanda existente.

2.3.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Para la obtención de información que permita determinar la demanda del mercado, en el presente estudio de factibilidad, se recurrió a una investigación de mercado, que consiste en un procedimiento sistemático de diseño, obtención, análisis y presentación de datos relacionados con una situación específica de marketing.⁷

La efectividad de la investigación de mercado está garantizada siguiendo los cinco pasos que se detallan a continuación:

⁶ BACA URBINA, Grabiél. op. cit.- pág. 17

⁷ KOTLER, Philip. op. cit.- pág. 118

1. Definición del problema y objetivos de la investigación
2. Desarrollo de un plan de investigación
3. Recopilación de información
4. Análisis de la información
5. Presentación de resultados.

2.3.1.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Ante la posibilidad de invertir en la apertura de una sucursal de la Corporación KOE al norte de la ciudad de Quito, se ha definido el problema de la investigación de la siguiente manera: “Determinar si los consumidores realmente están interesados en adquirir un programa de inglés y cuantificar el volumen demandado en la Parroquia Ponciano”.

2.3.1.2 DESARROLLO DEL PLAN DE INVESTIGACIÓN

En el plan de investigación se debe seleccionar el método para determinar la muestra representativa en la que se va a sustentar la investigación, las fuentes de información que se van a utilizar para recopilar los datos requeridos, los métodos de contacto, tabulación, y análisis a través de los cuales se va a procesar la información obtenida. Y por último, los métodos con los cuales se va a presentar los resultados.⁸

Para el presente caso el método de investigación que se utilizó, estuvo basado en encuestas, para lo cual se realizó una investigación descriptiva, con el fin de identificar, la necesidad y las preferencias de los usuarios respecto a

⁸ RAMÍREZ, Marcelo.-Metodología de la Investigación Científica.-Primera Edición.-Defina Publicidad Quito-Ecuador, 2000.-pág. 86.

tomar un programa de inglés y obtener la información necesaria para el desarrollo del proyecto.

El plan de muestreo se enfocó a las personas que se encuentran entre los 25 y 34 años edad, de la Parroquia Ponceano, ubicada al norte del Distrito Metropolitano de Quito, según el siguiente detalle:

CUADRO Nº 05
MERCADO POTENCIAL

POBLACIÓN DEL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO	647.396
POBLACIÓN PARROQUIA PONCEANO	59.176
MERCADO ENTRE 25 Y 29 AÑOS	4.849
MERCADO ENTRE 30 Y 34 AÑOS	5.452
MERCADO POTENCIAL ENTRE 25 Y 34 AÑOS	10.346

Elaborado por la Autora

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001.INEC

Para la determinación del número de encuestas se ha considerando un error de muestreo del 5%.

La fórmula estadística que se utilizó para obtener el tamaño de la muestra fue la siguiente.⁹

$$N = \frac{n}{(E)^2 (n - 1) + 1}$$

Donde:

N = tamaño de la muestra

n = Universo o Población

E = Coeficiente de error

⁹ APUNTES DE CLASE.-Ing. Wilson Navarro,UCE.

Se empleó un coeficiente de error del 5%, debido a que aproximadamente el 95% de la población o universo, considerados para la investigación, no habla inglés y por lo tanto necesita capacitarse.

$$N = \frac{10346}{(0,05)^2 (10346 - 1) + 1}$$

$$N = 385$$

El tamaño de la muestra resultante fue: 385 personas

El método de contacto utilizado para la aplicación de las encuestas fue el personal, por su confiabilidad.

2.3.1.3 RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

2.3.1.3.1 LA ENCUESTA

La encuesta diseñada para la investigación, constó de 16 preguntas preliminares (Ver Anexo N° 02), las mismas que tenían como finalidad indagar el comportamiento del mercado.

2.3.1.3.2 OBJETIVO GENERAL DE LA ENCUESTA

Conocer necesidades, gustos y preferencias, así como la disposición de los consumidores para invertir en un programa de inglés, que les garantice el aprendizaje de este idioma.

2.3.1.3.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ENCUESTA

Identificar el lugar donde viven los posibles consumidores.

Determinar si los consumidores actualmente están capacitándose en el idioma inglés.

Fijar si los consumidores que no están capacitándose en este idioma, están actualmente interesados en aprender inglés.

Identificar las preferencias de los consumidores en cuanto al lugar, método, horario y duración.

Establecer cuanto están dispuestos a invertir los consumidores en un programa de inglés.

Estipular la forma de comercialización preferida para los consumidores.

2.3.1.4 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

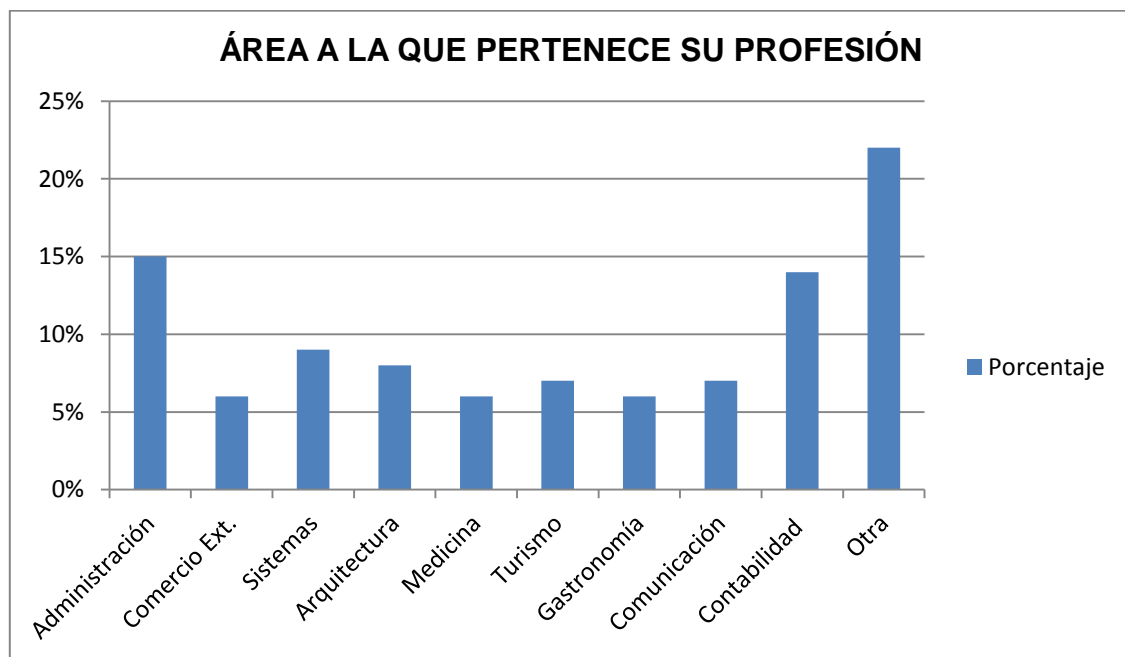
Los resultados se tabularon mediante la elaboración de una matriz utilizando una hoja electrónica.

2.3.2 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

En este paso de la investigación se presentaron los resultados de la investigación descriptiva.

La profesión de las personas pertenece en un 15% a Administración siendo este el mayor porcentaje y en un 14% a Contabilidad.

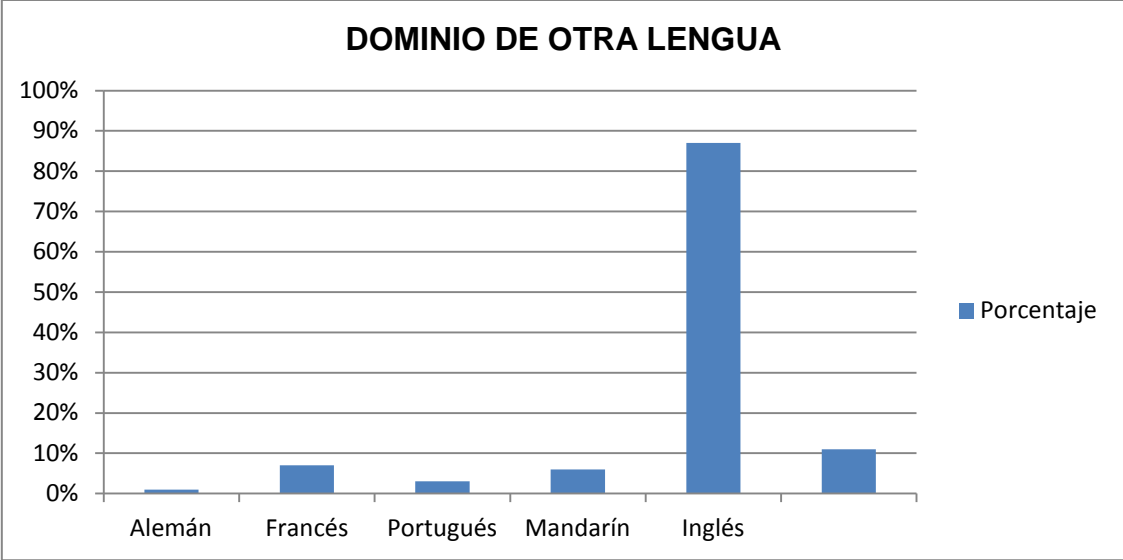
GRÁFICO N° 03



Elaborado por la Autora

Para el 87%, el inglés es el idioma más importante para el ejercicio de su profesión, de manera que sí sería apropiado enseñar inglés en este mercado.

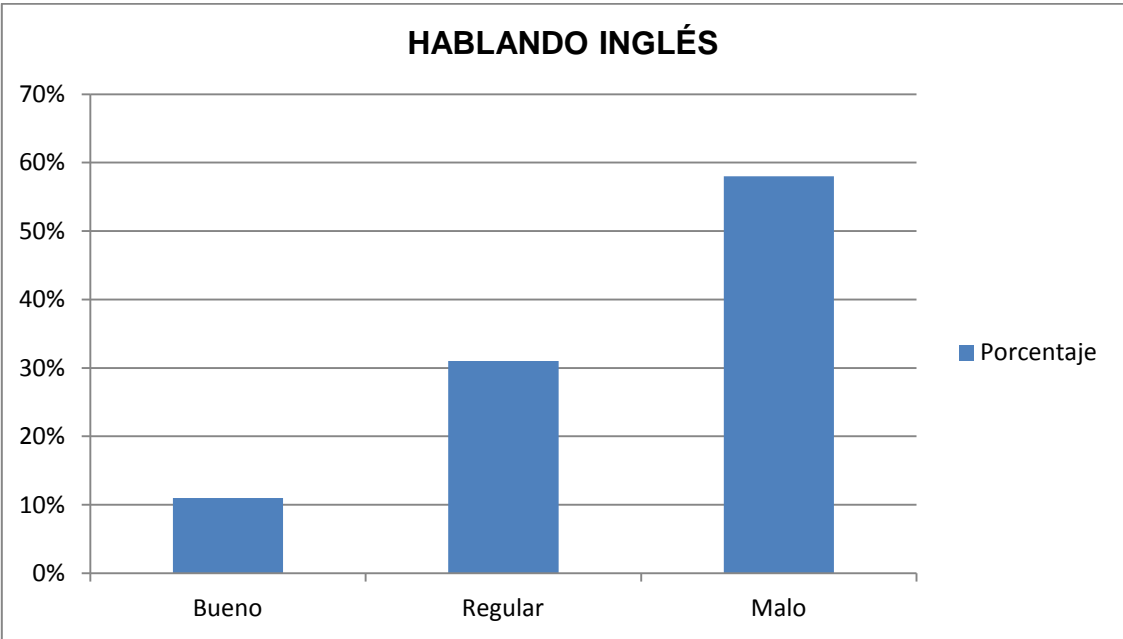
GRÁFICO N° 04



Elaborado por la Autora

El 89% de las personas tienen un nivel regular y malo de inglés hablado.

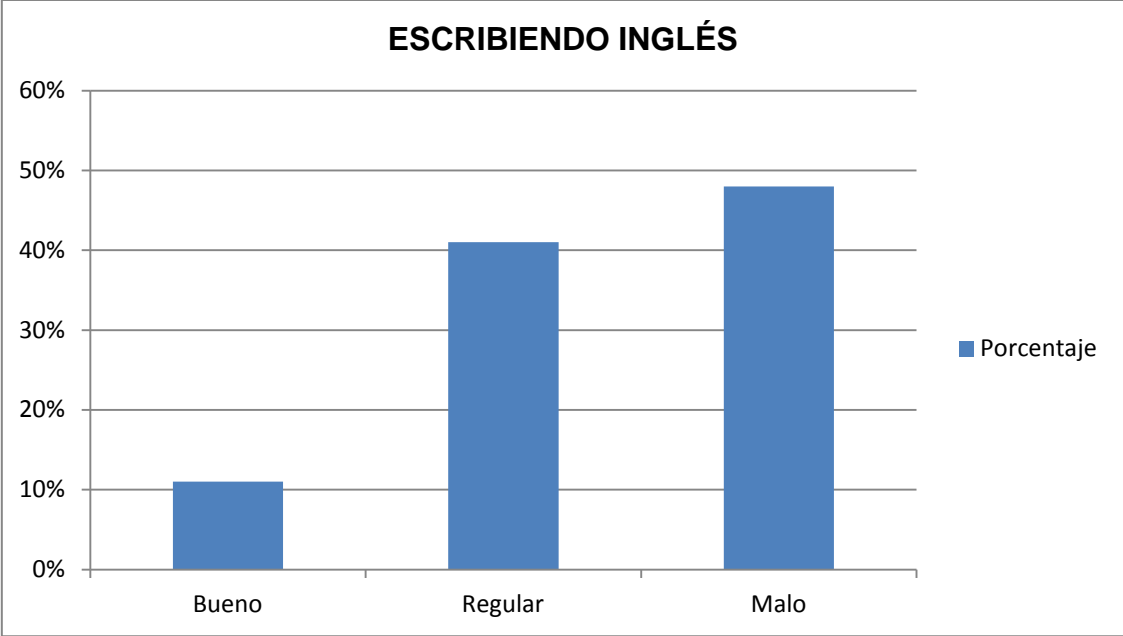
GRÁFICO N° 05



Elaborado por la Autora

El nivel de inglés escrito es regular y malo en porcentaje similar al nivel de inglés hablado.

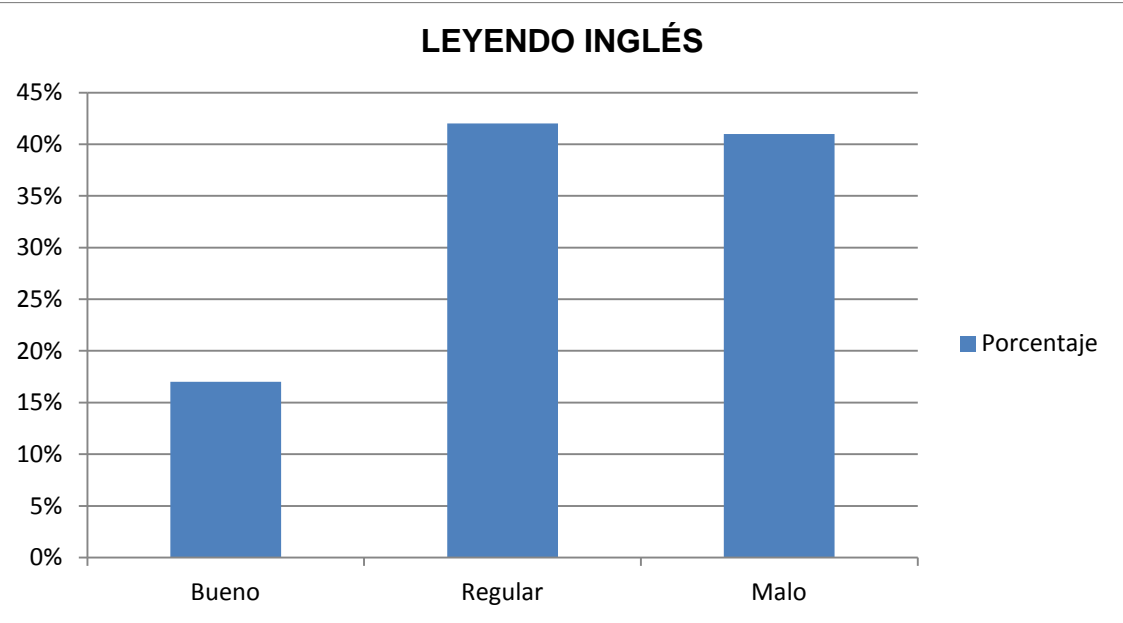
GRÁFICO Nº 06



Elaborado por la Autora

El 83% de las personas tienen un nivel regular y malo de inglés leído, lo que es consecuencia de que no hable ni escriba inglés.

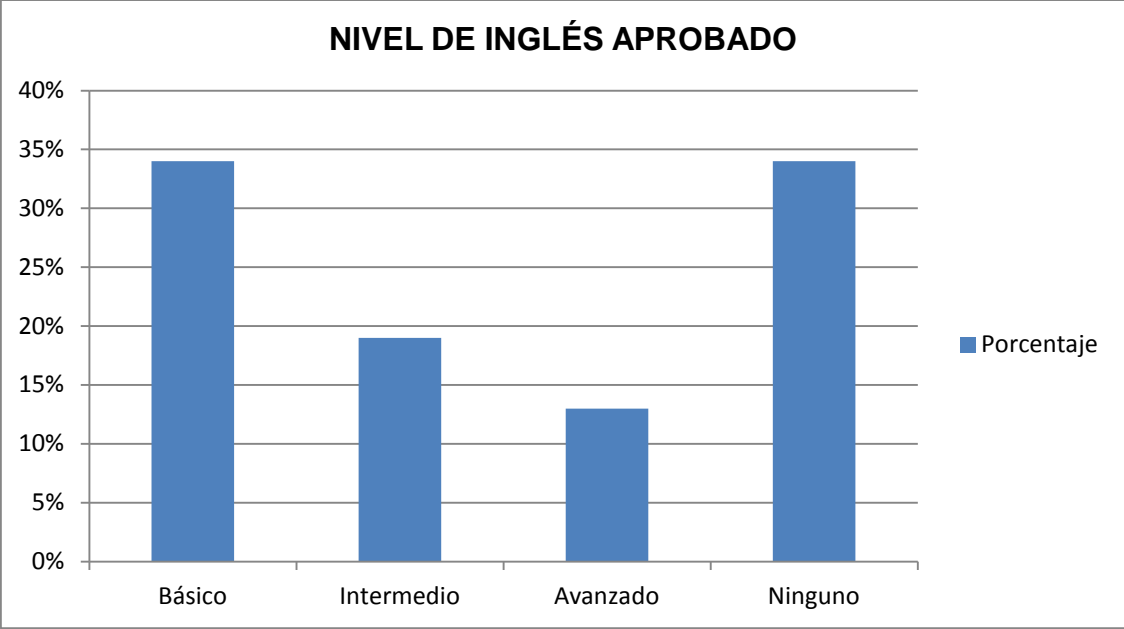
GRÁFICO Nº 07



Elaborado por la Autora

El 34% de las personas ha llegado a un nivel básico de inglés y el 34% a ninguno, lo cual explica que el 68% requiere aprender inglés.

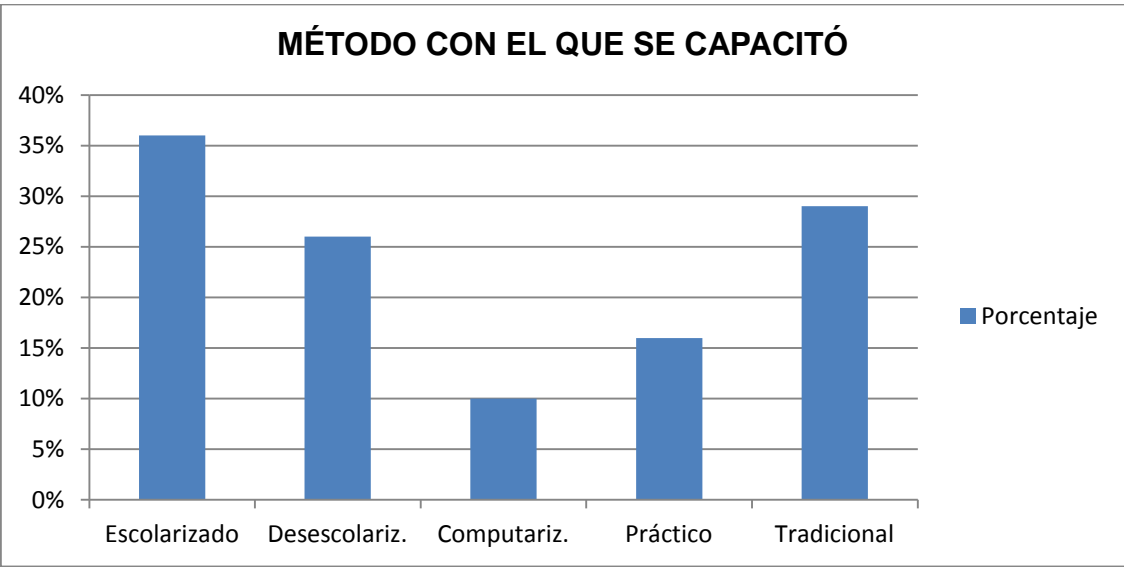
GRÁFICO N° 08



Elaborado por la Autora

El método que han seguido para llegar a ese nivel de inglés el 65% de la personas ha sido el Tradicional – Escolarizado y solo el 16% a tomado uno Práctico.

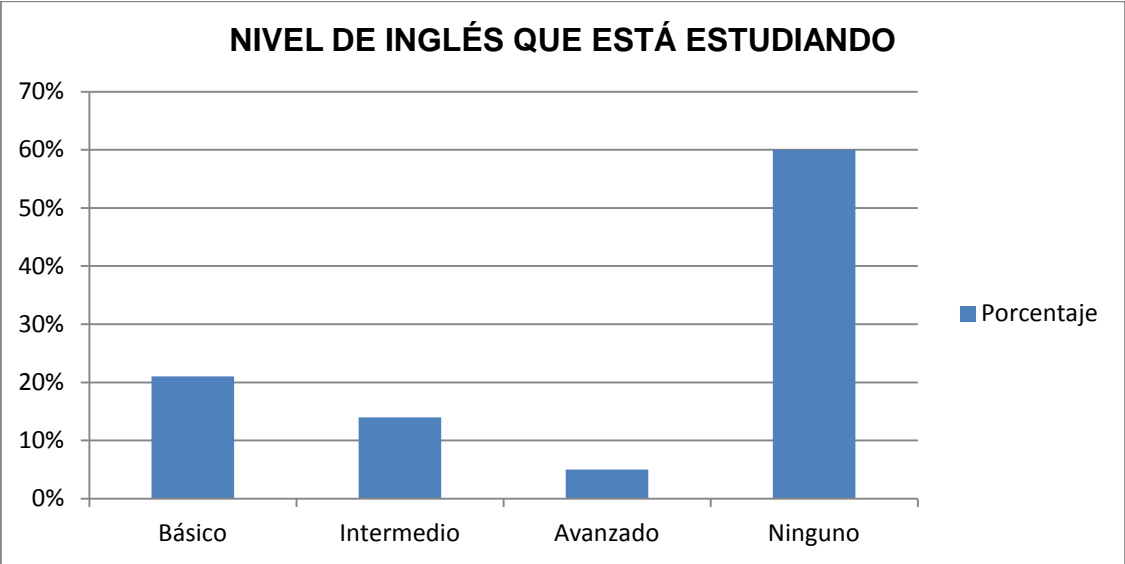
GRÁFICO N° 09



Elaborado por la Autora

Actualmente el 81% se encuentran estudiando un nivel Básico de inglés, pero también no está en ningún curso, esto significa que aquí está el mercado que podría entrar Koe.

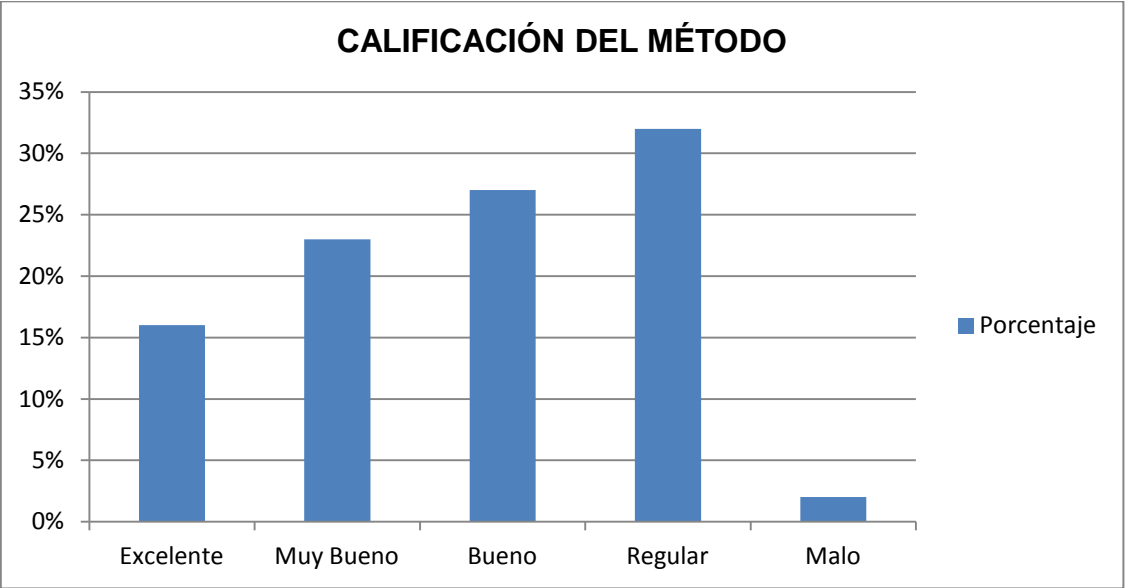
GRÁFICO N° 10



Elaborado por la Autora

Para el 34% que actualmente están siguiendo un curso de inglés, el método es regular y malo, lo cual les hace pensar en buscar otro lugar para aprender.

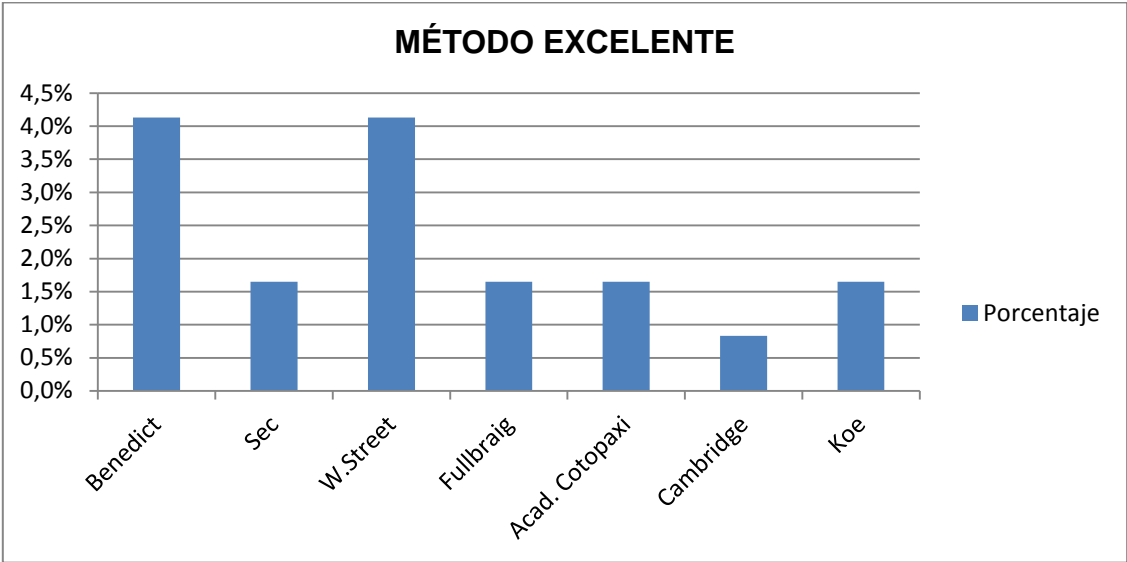
GRÁFICO N° 11



Elaborado por la Autora

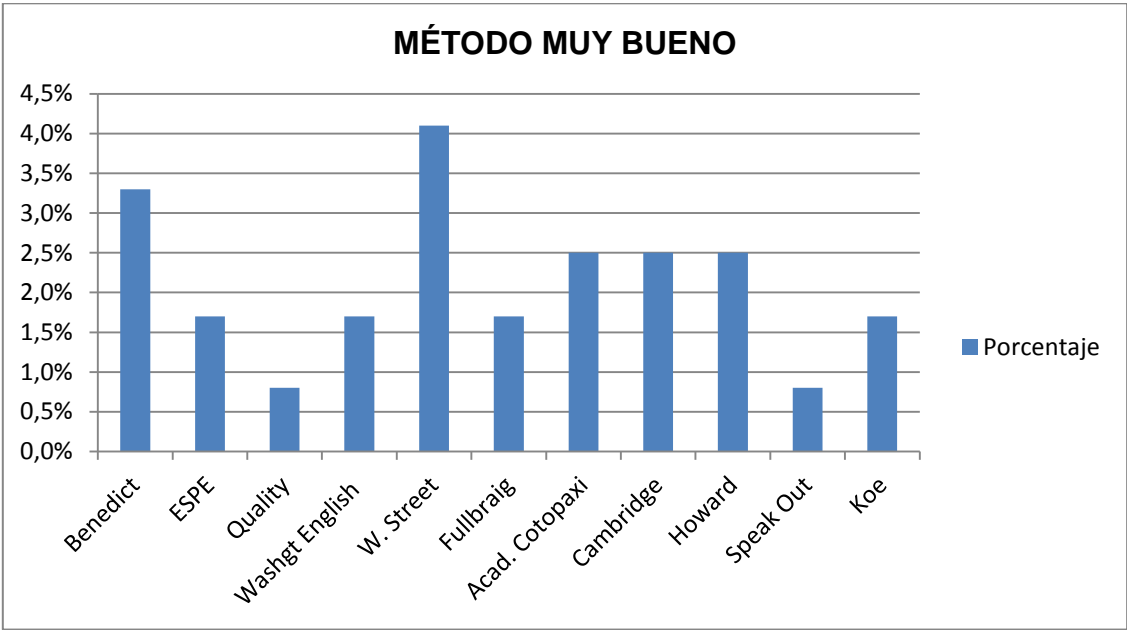
De las personas que están aprendiendo inglés, calificaron al método como excelente - muy bueno - bueno el 10,7% y están en Wold Street y un 7,4% que están en Bénedict. El 6,6% calificaron al método como regular – malo, están en Bénedict y un 4,1% que están en W. English y Speak Out.

GRÁFICO Nº 12



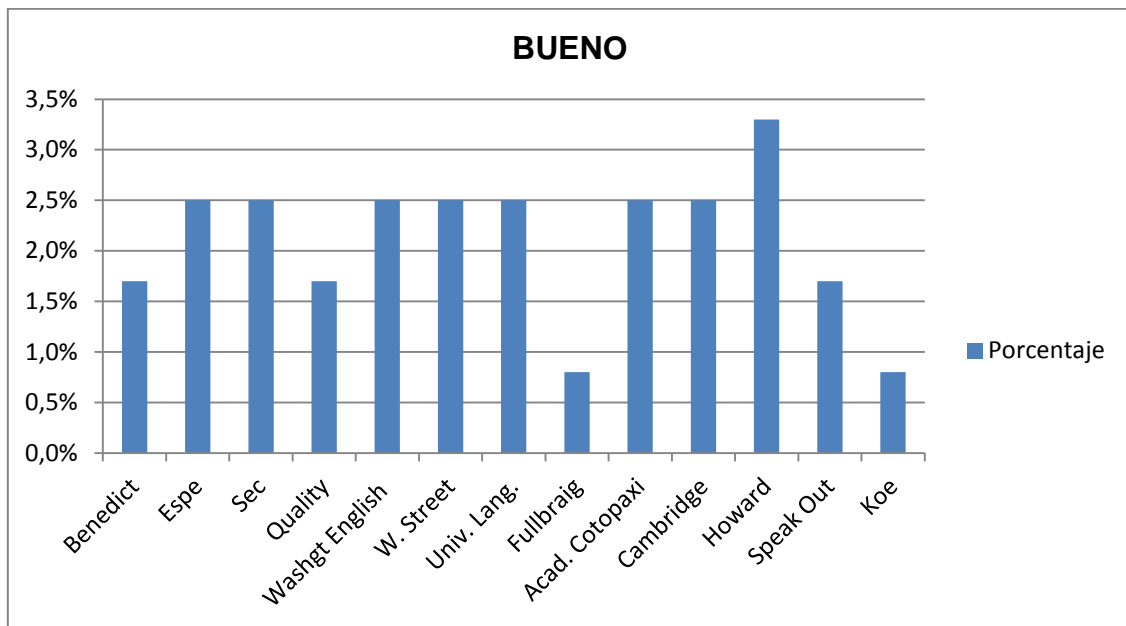
Elaborado por la Autora

GRÁFICO Nº 13



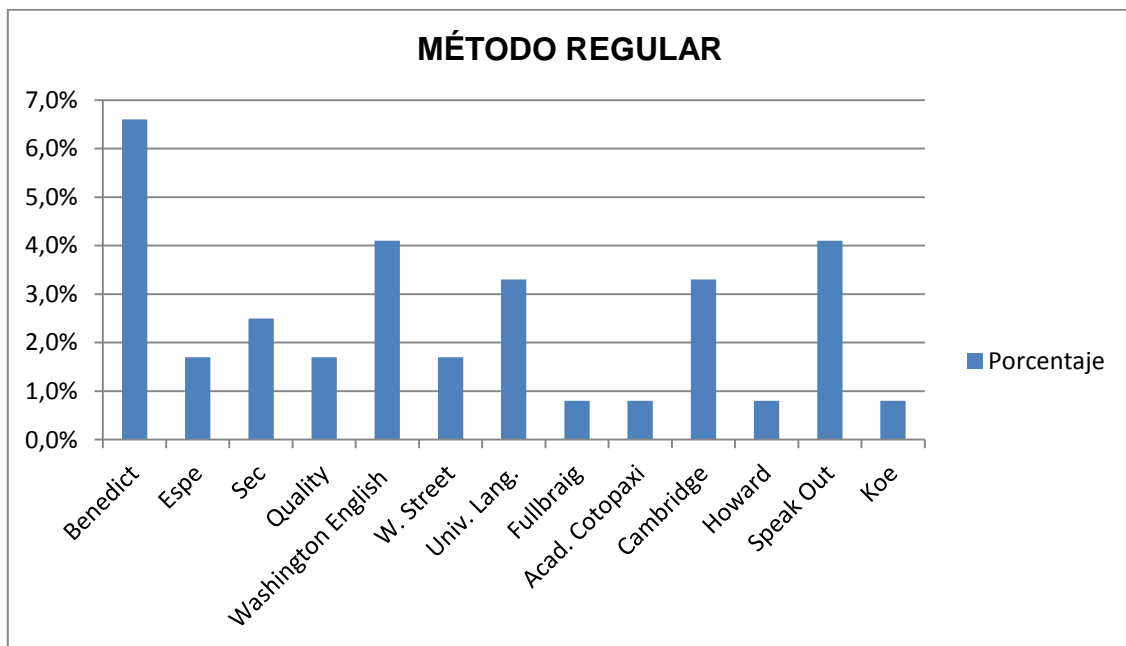
Elaborado por la Autora

GRÁFICO N°14



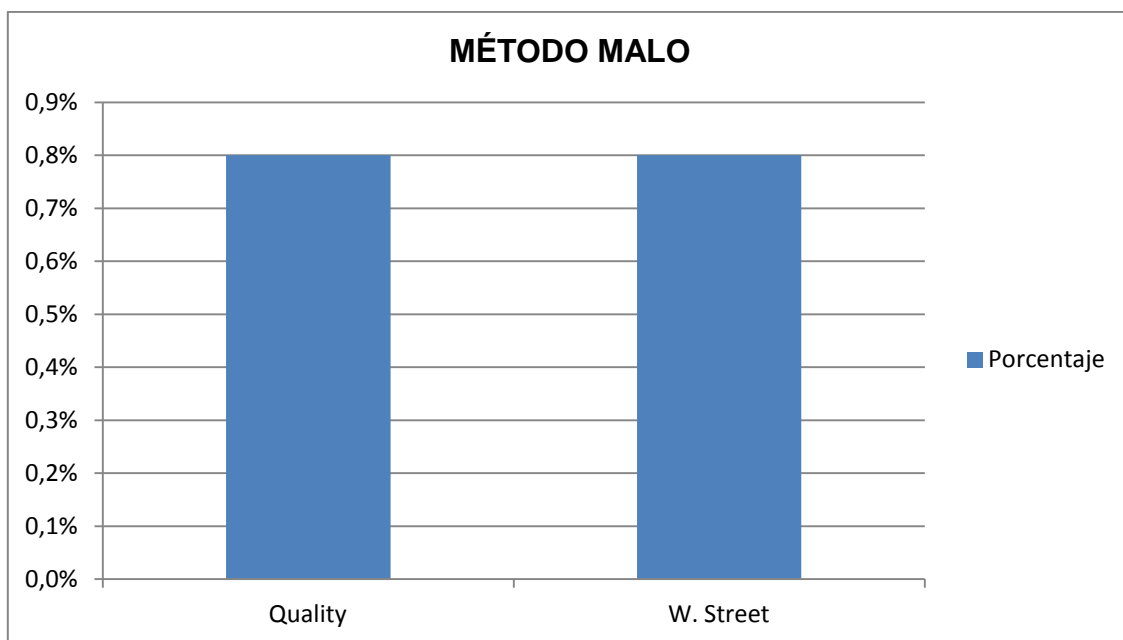
Elaborado por la Autora

GRÁFICO N° 15



Elaborado por la Autora

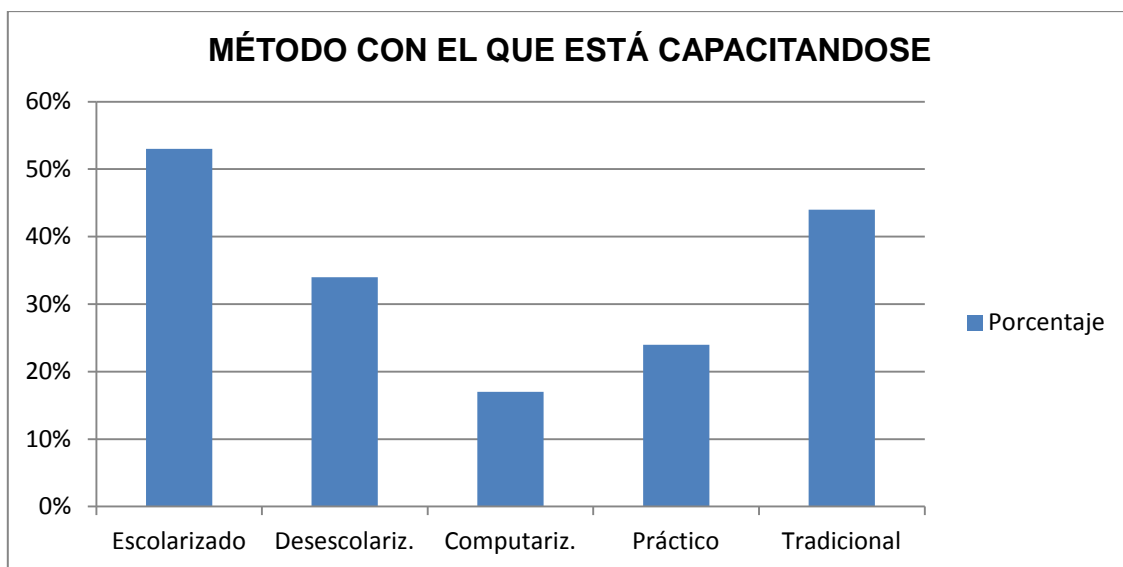
GRÁFICO N° 16



Elaborado por la Autora

Actualmente para aprender inglés el 97% de la personas están siguiendo un método tradicional-escolarizado, lo cual explica porque el nivel de inglés hablado es regular o malo.

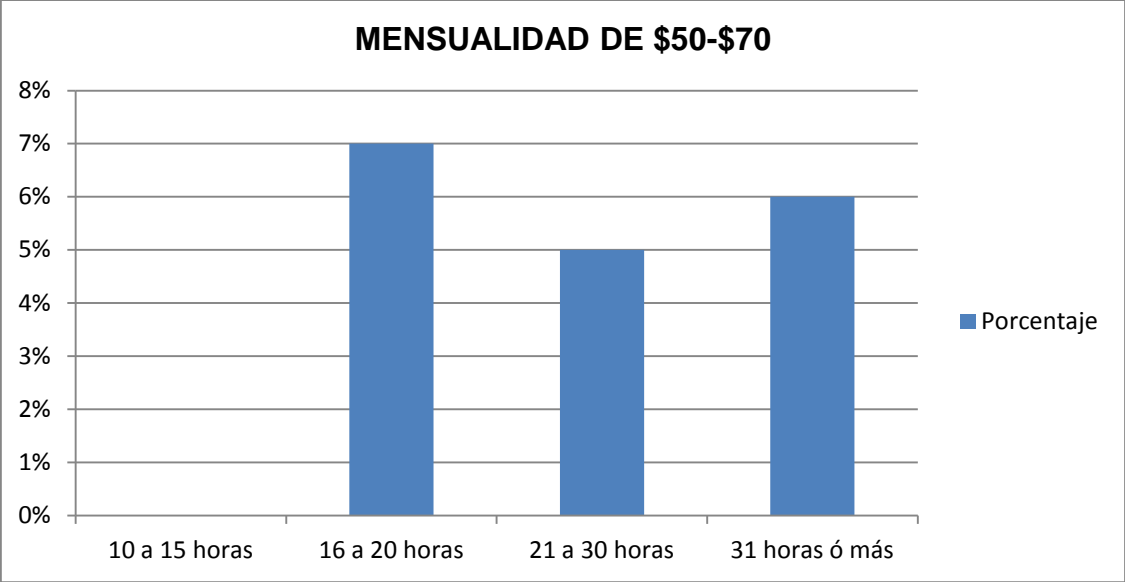
GRÁFICO N° 17



Elaborado por la Autora

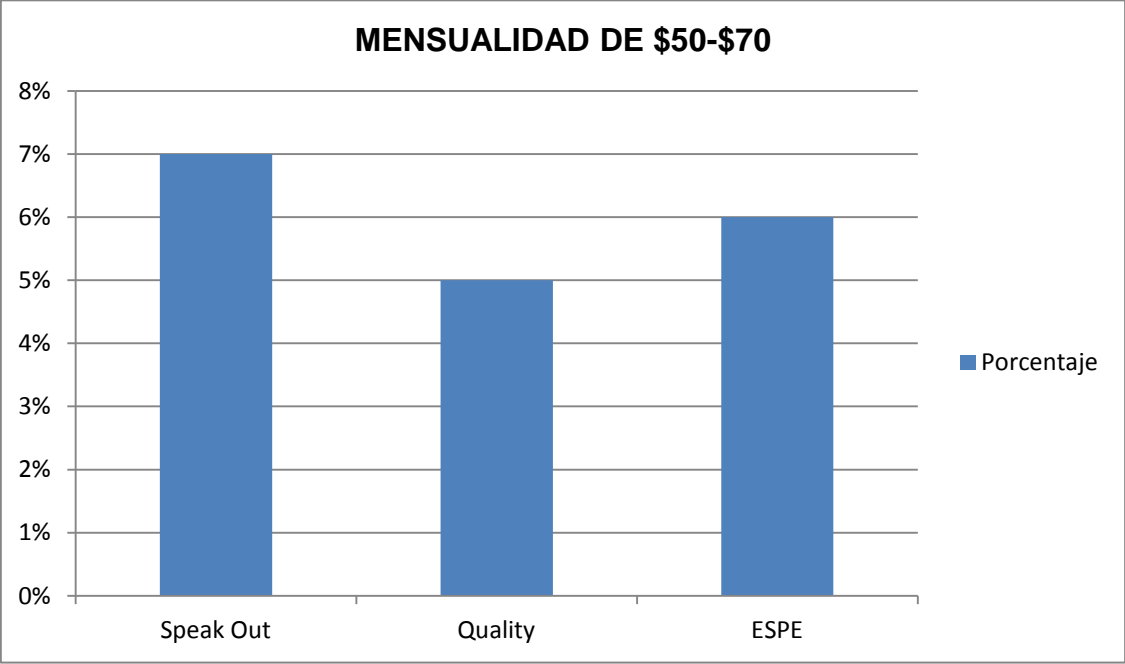
Actualmente por el curso de inglés están pagando mensualmente de \$50-\$70 por 16 a 30 horas el 18%, en Speak Out, Quality y la ESPE.

GRÁFICO N° 18



Elaborado por la Autora

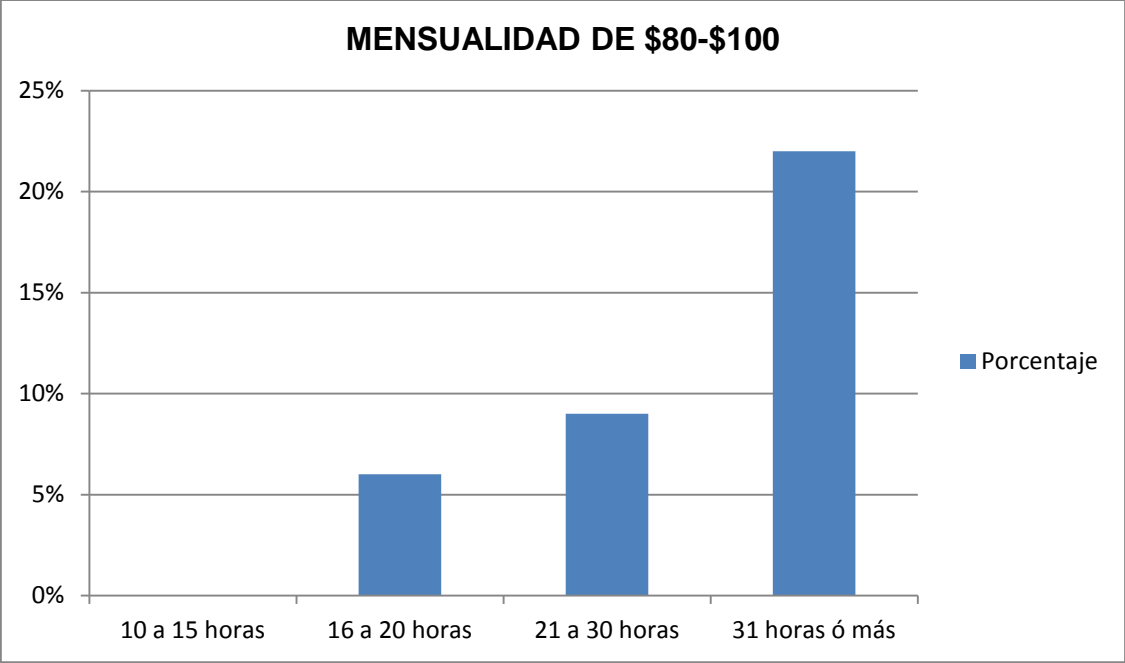
GRÁFICO N° 19



Elaborado por la Autora

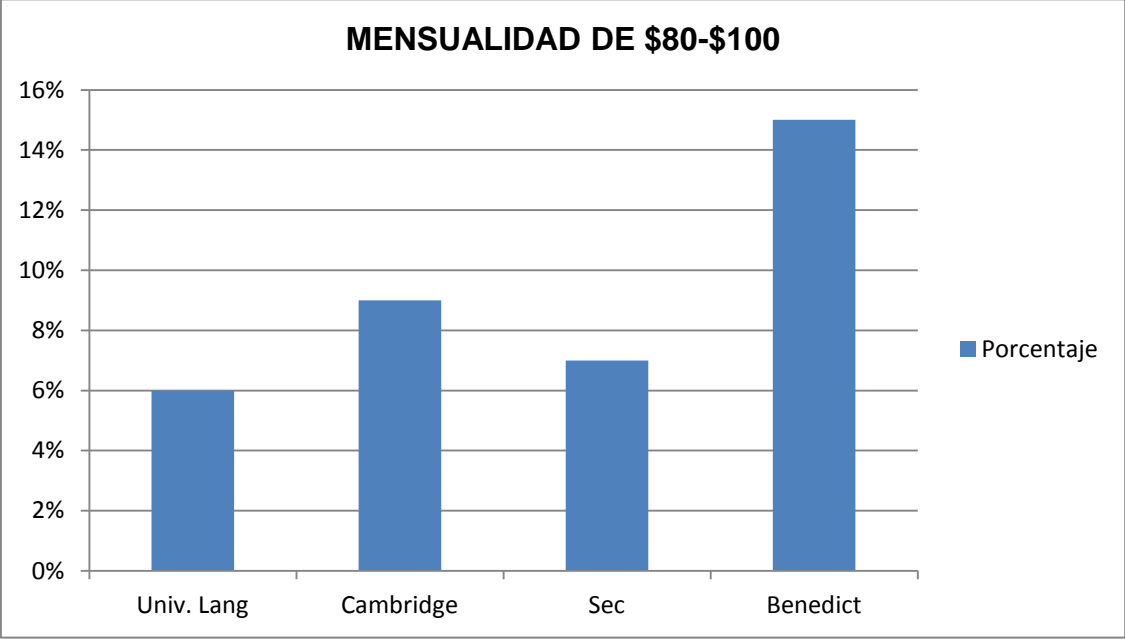
Por el curso de inglés están pagando mensualmente de \$80-\$100 por 16 a 30 horas el 37%, en Universal Language, Cambridge, en el Sec y en Benedict.

GRÁFICO N° 20



Elaborado por la Autora

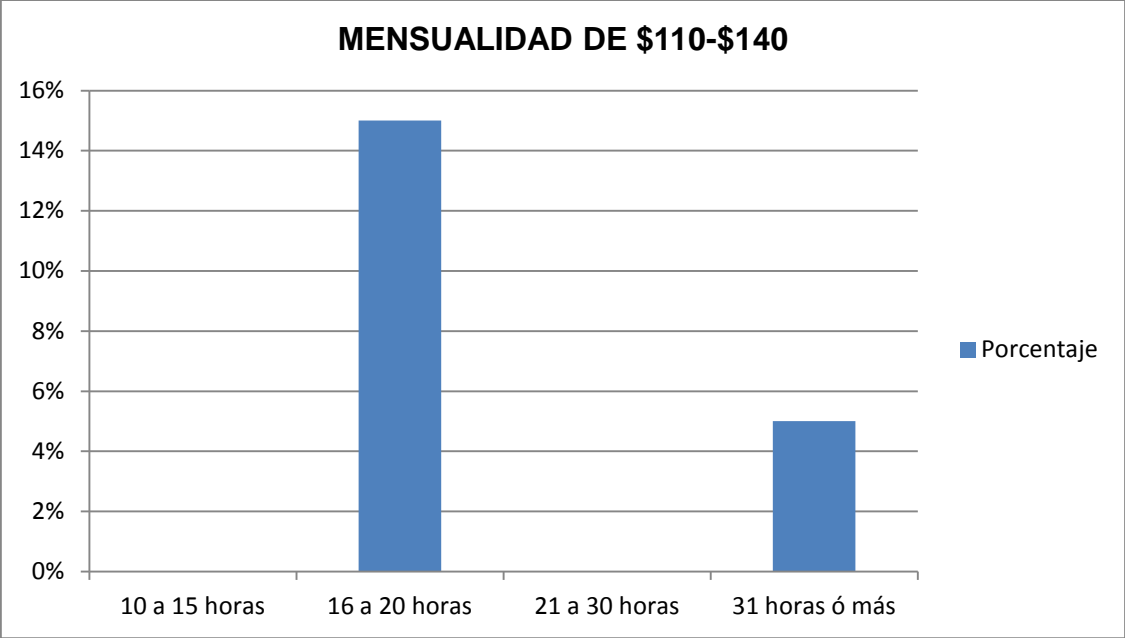
GRÁFICO N° 21



Elaborado por la Autora

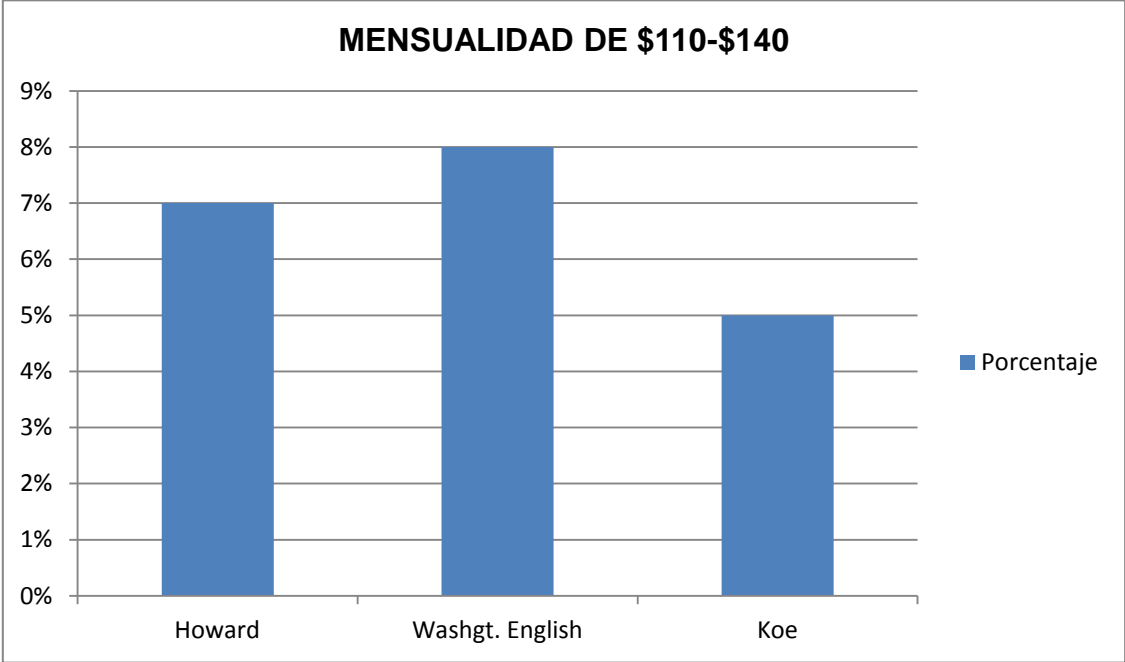
Por el curso de inglés están pagando mensualmente de \$110-\$140 por 16 a 30 horas el 20%, en Washington English, en Howard y en Koe

GRÁFICO N° 22



Elaborado por la Autora

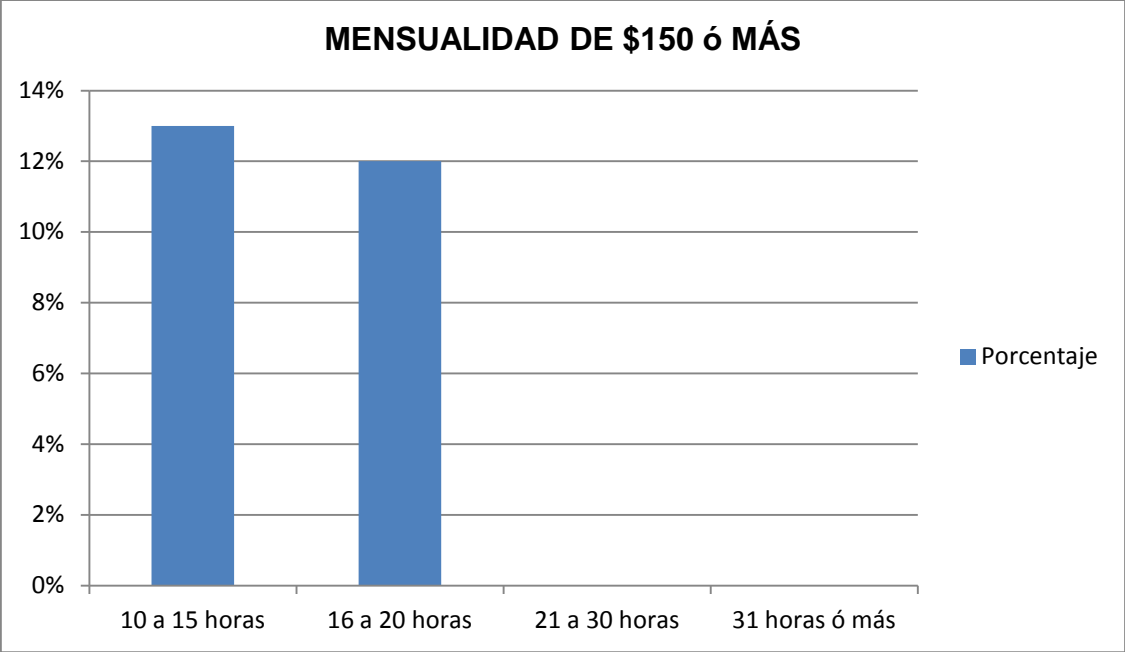
GRÁFICO N° 23



Elaborado por la Autora

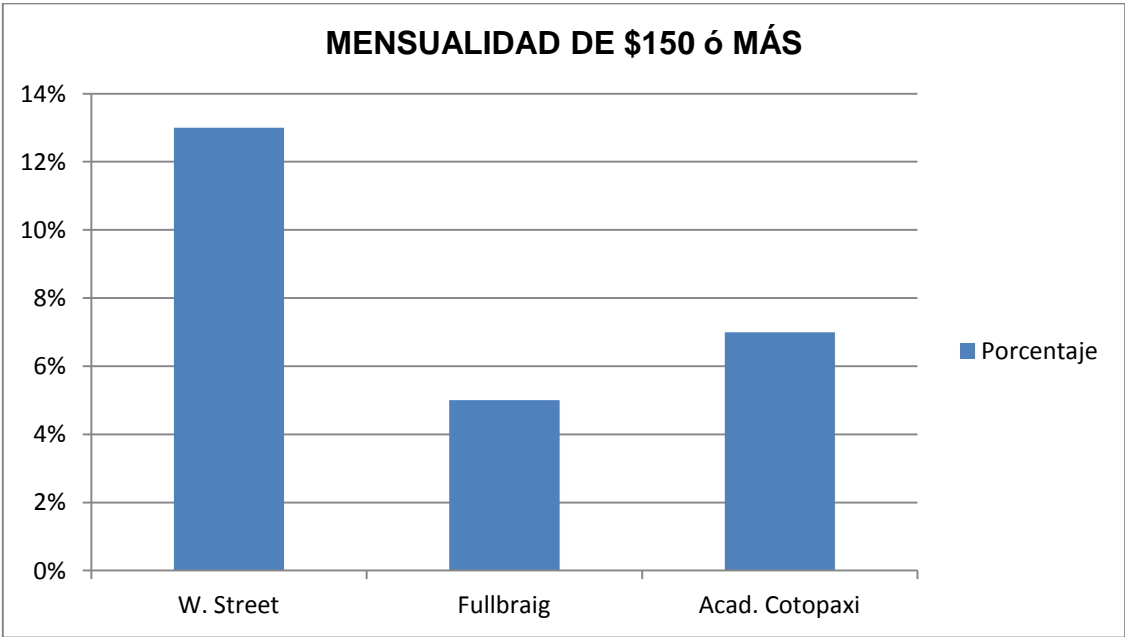
Por el curso de inglés están pagando mensualmente \$150 o más por 10 a 20 horas el 25%, en Wold Street, en la Frullbraig y en la Academia Cotopaxi.

GRÁFICO N° 24



Elaborado por la Autora

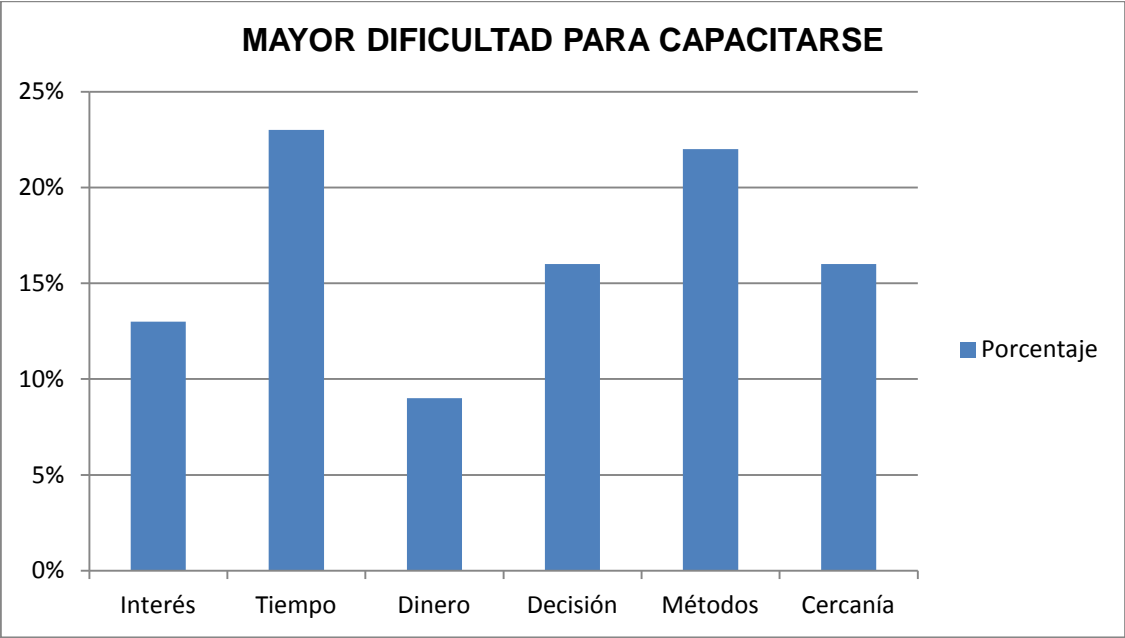
GRÁFICO N° 25



Elaborado por la Autora

La mayor dificultad para aprender inglés para el 38% han sido los métodos y la cercanía, lo cual explica que un nuevo método y una instalación cercana si tendría acogida.

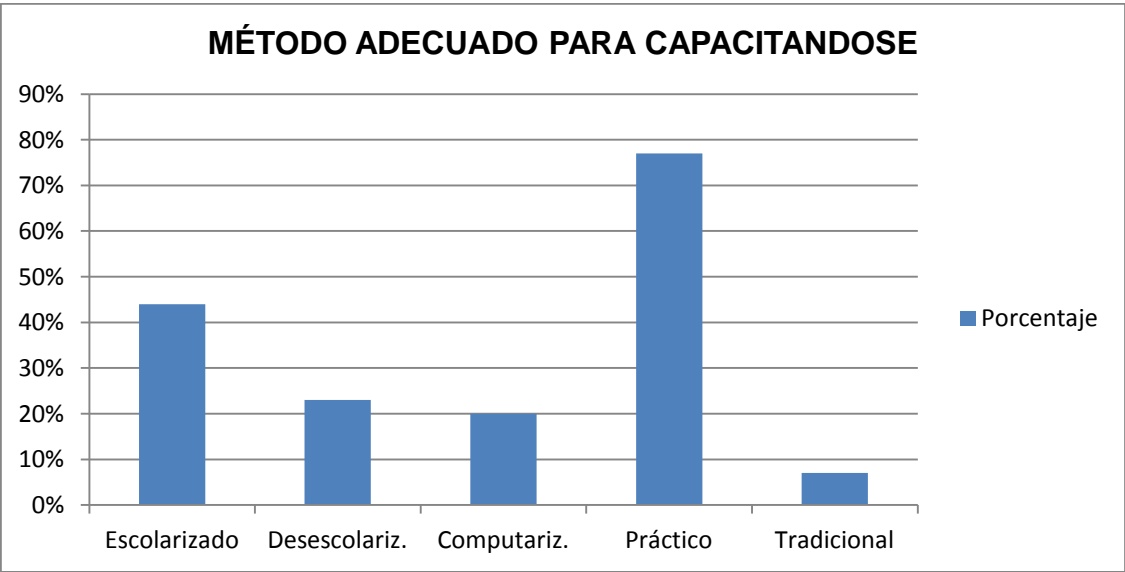
GRÁFICO Nº 26



Elaborado por la Autora

El método que les gustaría seguir para aprender inglés al 77% de la personas es uno práctico, lo cual es favorable porque el método de Koe sí es práctico.

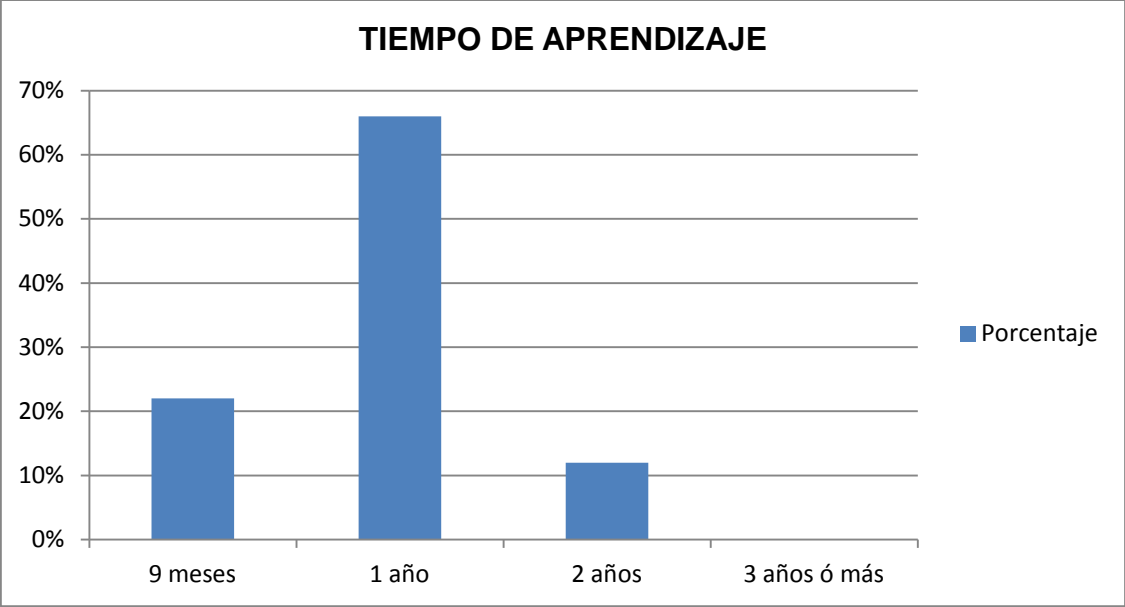
GRÁFICO Nº 27



Elaborado por la Autora

Al 88% de las personas, les gustaría aprender inglés es en 9 meses o en 1 año, tiempo en el que una persona puede aprender inglés en Koe.

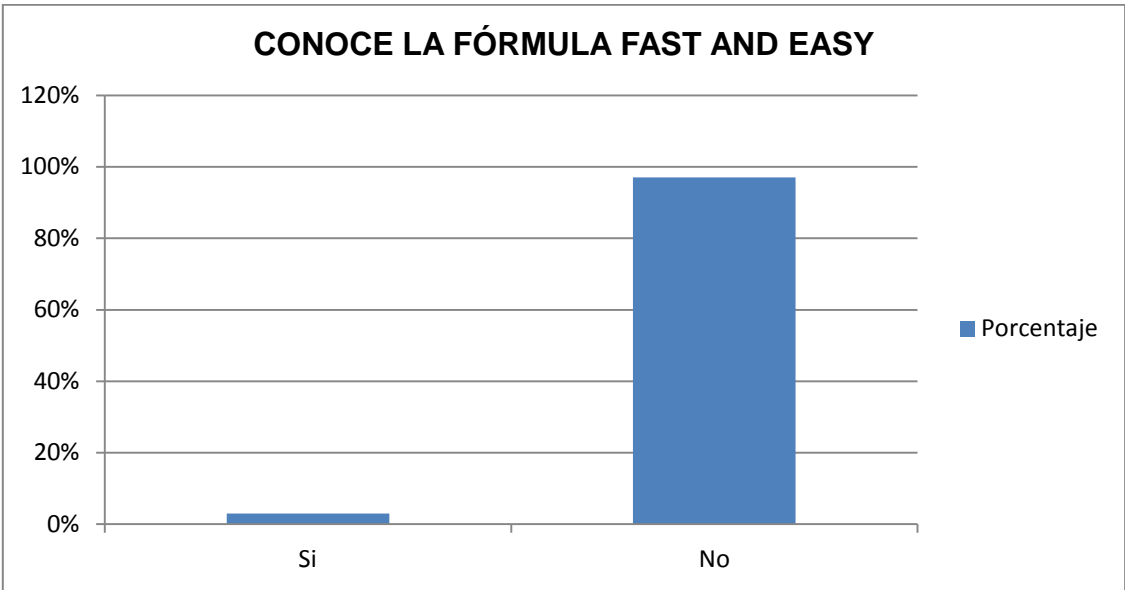
GRÁFICO N° 28



Elaborado por la Autora

El 97% de las personas no conocen la fórmula para hablar inglés del método Fast and Easy, de manera que al darla a conocer notarán la diferencia al compararla con los métodos tradicionales.

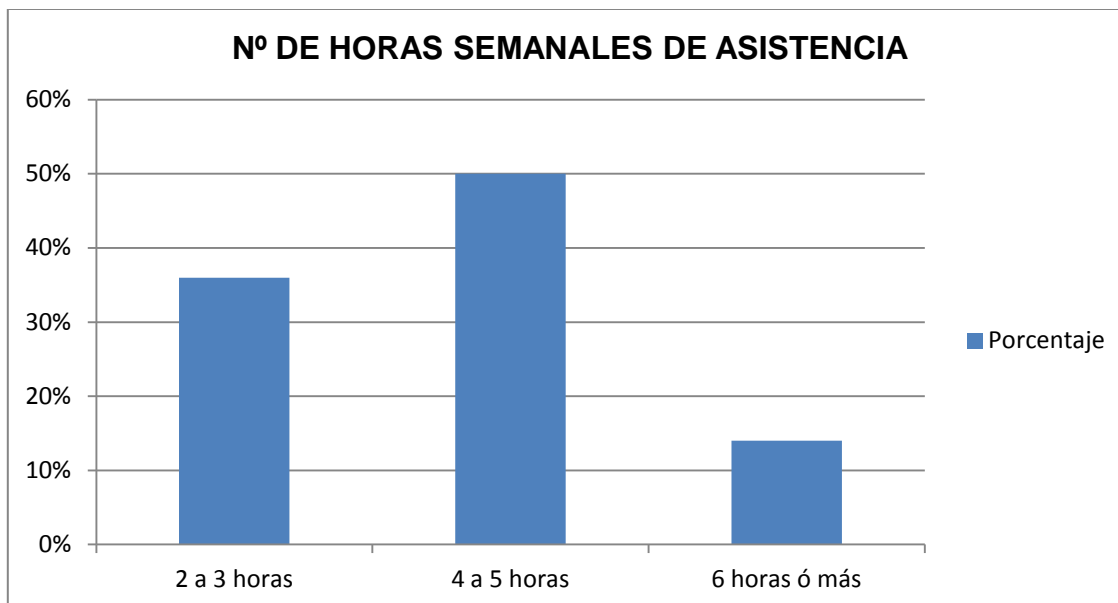
GRÁFICO N° 29



Elaborado por la Autora

El 86% de las personas, podrían asistir semanalmente a aprender inglés de 2 a 5 horas, tiempo suficiente para que una persona aprenda hablar inglés en Koe.

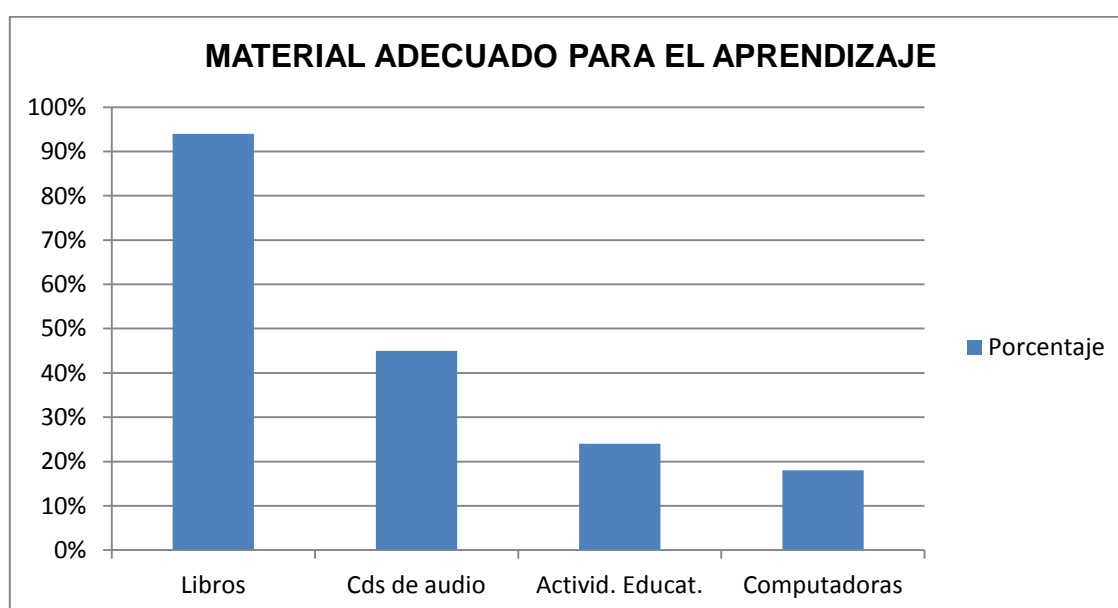
GRÁFICO N° 30



Elaborado por la Autora

Al 94% de las personas, les gustaría utilizar libros y cd's de audio para aprender inglés, lo cual es una ventaja porque es el mismo material que Koe utiliza.

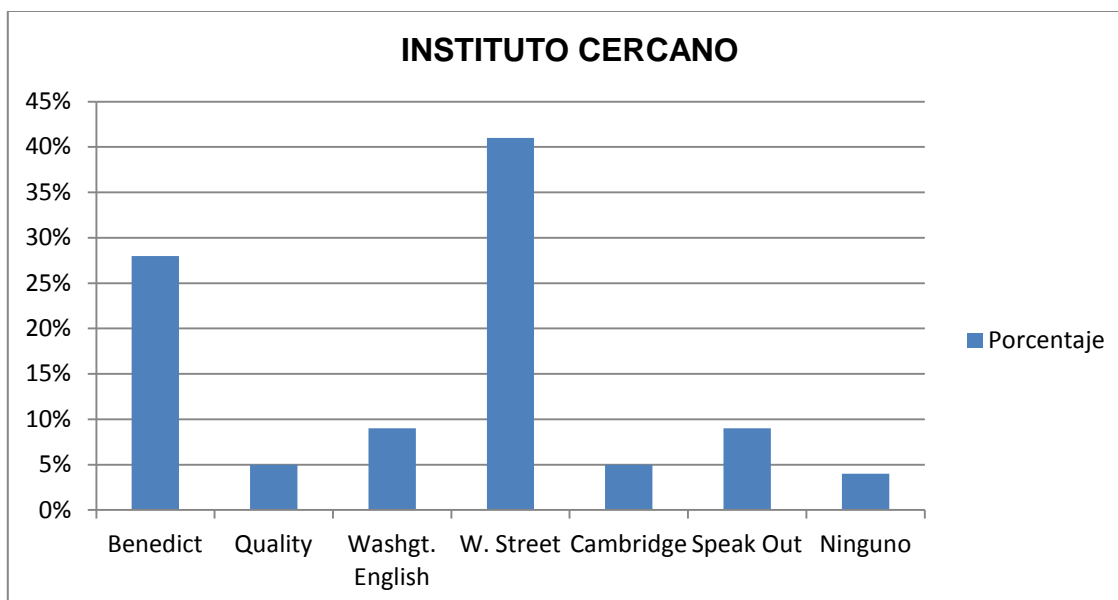
GRÁFICO N° 31



Elaborado por la Autora

El instituto de inglés más cercano que conoce el 41% de las personas es Wold Street y el 28% Benedict.

GRÁFICO N° 32



Elaborado por la Autora

2.3.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Con el fin de cuantificar la demanda de los cursos de inglés y conocer las condiciones del mercado al que este producto – servicio está dirigido, se realizó una investigación a institutos de inglés que se encuentran en los alrededores y se analizó los resultados de las encuestas de la investigación descriptiva.

2.3.3.1 ESTUDIO DE LOS PRECIOS DE LA COMPETENCIA

En la actualidad existen varios institutos donde aprender inglés, de manera que se efectuó un estudio de precios de los cursos de inglés de los institutos aledaños a la parroquia Ponceano, para comparar los precios de la

Corporación KOE con la competencia y determinar que tan aceptable sería el precio del curso en el mercado.

CUADRO Nº 06

PRECIOS DE LA COMPETENCIA

INSTITUTO	DURACIÓN	NIVELES	HORAS	COSTO
BENEDICT	1año y 8 meses	10 niveles c/u 2 meses	10 horas semanales	Del 1º al 3º \$248 Del 4º al 10º \$292
CAMBRIDGE	1 año	8 niveles c/u 1 mes y medio	10 horas semanales	Inscripción \$35 Textos \$36 Cada nivel \$300
QUALITY	2 años	12 niveles c/u 2 meses	8 horas semanales	Inscripción \$75 3 niveles \$600
WALL STREET	2 años	12 niveles c/u 2 meses	5 horas semanales	Cada nivel \$400 Si toma 6 niveles c/u sale en \$280
WASHINGTON ENGLISH	1 año	9 niveles c/u 1mes	4 horas semanales	Inscripción \$178 Mensualidad \$140
SPEAK OUT	9 meses	3 niveles c/u 3 meses	6 horas semanales	Inscripción \$184 12 meses \$60

Elaborado por la Autora

En este cuadro se ha encontrado que la mensualidad promedio de los cursos de inglés es de \$131 y que por lo tanto el pago mensual que se realiza por el curso de inglés de Koe, que es de \$125, es aceptable.

2.3.3.2 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL

El mercado potencial de personas entre 25 y 34 años de edad es de 10.346 y radican en la parroquia Ponceano, de las cuales 6.138, que representan el 59% conforman la demanda real, es decir, que no todos quieren aprender inglés, sea porque no necesitan o porque ya tienen un nivel avanzado del idioma, y de ese mercado se ha considerado para este proyecto como mercado objetivo solamente el 13,03%, resultando un mercado objetivo de 800 personas, de acuerdo al detalle siguiente:

CUADRO Nº 07

MERCADO OBJETIVO

POBLACIÓN DEL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO	647.396
POBLACIÓN PARROQUIA PONCEANO	59.176
MERCADO ENTRE 25 Y 29 AÑOS	4.849
MERCADO ENTRE 30 Y 34 AÑOS	5.452
MERCADO POTENCIAL ENTRE 25 Y 34 AÑOS	10.346
DEMANDA REAL ESTIMADA	59%
DEMANDA REAL ESTIMADA	6.138
MERCADO OBJETIVO	13,03%
MERCADO OBJETIVO	800

Elaborado por la Autora

Para iniciar este proyecto se tomará el 60% del mercado objetivo que es de 480 usuarios, para después ir incrementándolo en un 10% durante los primeros cinco años, para lo cual se aplicarán estrategias que permitan una

mayor participación en el mercado y en el año 2014 llegar a cubrir todo el mercado objetivo que es de 800 usuarios. El precio de los programas de inglés de acuerdo a la investigación realizada por la autora es de 1399 dólares al contado y de 1.699 dólares a crédito (12 meses), es decir, el mismo de todas las sucursales de Koe Ecuador. Para la venta de los programas de inglés, se consideró un incremento del 3% en el precio cada año, como se muestra en el siguiente cuadro. (Ver Anexo N° 03)

CUADRO N° 08

CAPACIDAD MÁXIMA DE LA DEMANDA

AÑOS	CURSOS DE INGLÉS	CAPACID. CUBIERT.	PRECIO DE CONTADO	PRECIO A CRÉDITO	VENTAS EN PLAN CONTADO	VENTAS EN PLAN 12 MESES 70%	VENTAS TOTALES
2010	480	60%	1.399	1.699	201.456	570.864	772.320
2011	560	70%	1.441	1.750	242.088	686.000	928.088
2012	640	80%	1.484	1.803	284.928	807.744	1.092.672
2013	720	90%	1.529	1.857	330.264	935.928	1.266.192
2014	800	100%	1.575	1.912	378.000	1.070.720	1.448.720

Elaborado por la Autora

2.3.4 ANÁLISIS DE LA ELASTICIDAD PRECIO DE LA DEMANDA

La elasticidad precio de la demanda mide el grado en el que la cantidad demandada responde a las variaciones del precio de mercado.¹⁰

Para el cálculo de la elasticidad de los cursos de inglés, se utilizó datos sobre el comportamiento de la demanda actual de los cursos, frente a la variación del precio. Con esta finalidad se utilizó la siguiente fórmula:¹¹

¹⁰ PORTER, Michael. op.cit.- pág. 54

¹¹ Ibid.- pág. 55

$$e_D = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}$$

Donde:

e_D = Elasticidad precio – demanda

ΔQ = Variación de la cantidad demandada

ΔP = Variación del precio

P = Precio inicial

Q = Cantidad inicial

CUADRO Nº 09

CÁLCULO DE LA ELASTICIDAD PRECIO DE LA DEMANDA

PRECIO		CANTIDAD DEMANDADA
NORMAL	1.699	473
DISMINUCIÓN DEL 10%	1.545	497

Elaborado por la Autora

OPERACIONES:

$$e_D = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}$$

$$e_D = \frac{497 - 473}{1545 - 1.699} \cdot \frac{1.699}{473}$$

$$e_D = 0,56$$

El resultado indica que la elasticidad precio de la demanda de los cursos de inglés será inelástica, lo que quiere decir que cuando se presente la necesidad de efectuar una disminución porcentual del precio, la cantidad demandada se incrementará en una proporción porcentual menor.

2.4 COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA

En los alrededores de la parroquia Ponceano existen varios institutos que capacitan en el idioma inglés, pero a pesar de esto, no es una oferta representativa. En el siguiente cuadro se detallan los institutos con sus respectivas direcciones.

CUADRO Nº 10

DIRECCIONES DE LOS INSTITUTOS DE INGLÉS UBICADOS EN PARROQUIAS ALEDAÑAS A LA PARROQUIA PONCEANO

INSTITUTO	DIRECCIÓN
BENEDICT	Edmundo Chiriboga N47-133 y Jorge Páez
CAMBRIDGE	Pablo Picasso Oe 24-143 y Av. La Prensa
QUALITY	Los Arupos N 79-17 y Psje. C
WALL STREET	Jacinto de la Cueva 118 y Av. Brasil
WASHINGT. ENGLISH	Brasil N39-120 y Psje. Jacinto de la Cueva
SPEAK OUT	Av. Mariscal Sucre frente a Diario Hoy-El Condado

Elaborado por la Autora

También se especifican las fortalezas, oportunidades, limitaciones, amenazas y la capacidad máxima de cada instituto en los siguientes cuadros.

CUADRO Nº 11

INSTITUTOS DE INGLÉS UBICADOS EN PARROQUIAS ALEDAÑAS A LA PARROQUIA PONCEANO

INSTITUTO	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	LIMITACIONES	AMENAZAS	CAPACIDAD
BENEDICT	<ul style="list-style-type: none"> Experiencia: 36 años. Presencia: en 12 países del mundo. Método: 100% efectivo, dinámico y comunicativo, desarrollo de las destrezas de leer, escribir, hablar y comprender con laboratorio multimedia y audiovisual. Material: libros con autor propio. Horario: flexible. Programas en el exterior: intercambios, cursos intensivos en el exterior, trabajos de verano. Examen de ubicación: gratis. Certificados internacionales: COMPETENCY, PROFICIENCY, TOEFL Parqueadero: si tiene. 	<ul style="list-style-type: none"> Ubicación: está en un lugar en donde no existe tanta congestión vehicular y está a dos cuadras de la prensa que es por donde circulan varias líneas de buses al igual que el metro para facilitar la movilización. Reconocen el instituto: mucha gente conoce al instituto. 	<ul style="list-style-type: none"> Atención al cliente: no es amable o servicial. Instalación: es pequeña, antigua y está deteriorada. Equipos no son de última tecnología y no causan una buena impresión. Grupos de estudiantes: 12 por aula mínimo. Apertura de cursos: hay que esperar 1 mes ó 2 meses hasta que se complete el mínimo. 		<p>Actualmente tiene 300 personas matriculadas</p> <p>Tiene capacidad para 350 estudiantes</p>

INSTITUTO	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	LIMITACIONES	AMENAZAS	CAPACIDAD
QUALITY	<ul style="list-style-type: none"> Experiencia: 12 años Presencia: en Ecuador. Atención al cliente: el servicio de los asesores comerciales es bueno, convencen a la persona de su método. Método: Trabaja bajo objetivos y consiste en aprender el idioma, primero escuchando, luego hablando y finalmente escribiendo. Grupos de estudiantes: 3 por aula mínimo. Horario: a cualquier hora. Examen de ubicación: gratis. Certificado de suficiencia en el idioma inglés refrendado por el Ministerio de Educación. 	<ul style="list-style-type: none"> Ubicación: está en un lugar en donde no hay congestión vehicular. 	<ul style="list-style-type: none"> Instalación: es pequeña. Equipos: no son de última tecnología. Material: los libros de trabajo, los cd's y software son elaborados por una editorial con tecnología europea y americana pero los videos contienen situaciones muy antiguas, tradicionales, enfocadas al nombre, días de la semana, profesiones, etc. Apertura de cursos: cada 15 días. Parqueadero: no 	<ul style="list-style-type: none"> Ubicación: está en un lugar alejado de las vías principales lo cual dificulta la movilización además no hay algún parqueadero cerca al instituto como para darle tranquilidad a la persona de donde dejar su auto. 	<p>Actualmente tiene 120 personas matriculadas</p> <p>Tiene capacidad para 200 estudiantes</p>

INSTITUTO	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	LIMITACIONES	AMENAZAS	CAPACIDAD
CAMBRIDGE	<ul style="list-style-type: none"> Experiencia: 28 años Presencia: 12 países del mundo. Atención al cliente: está enfocado en hacer sentir bien a la persona. Método: mayor énfasis en la conversación en base a laboratorios y computadoras para cada alumno de acuerdo al nivel de inglés que cada uno tiene. Grupos de estudiantes: 6 por aula mínimo. Horario: a elegir. Examen de ubicación: gratis. Certificado internacional del IELTS y el TOEFL y Certificado de suficiencia en el idioma inglés refrendado por el Ministerio de Educación. Parqueadero: si tiene. 	<ul style="list-style-type: none"> Ubicación: está en un lugar en donde no hay tanta congestión vehicular. Reconocen el instituto: si hay gente que conoce el instituto. 	<ul style="list-style-type: none"> Instalación: es grande pero sin colores llamativos y letreros que le den vida. Equipos: no son de última tecnología. Material: los libros de trabajo, son a blanco y negro y se basa solo en llenar espacios. Apertura de cursos: cada mes Programas en el exterior: no tiene. 		<p>Actualmente tiene 250 estudiantes matriculados</p> <p>Tiene capacidad para 300 estudiantes</p>

INSTITUTO	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	LIMITACIONES	AMENAZAS	CAPACIDAD
WALL STREET	<ul style="list-style-type: none"> Experiencia: 35 años Presencia: en 28 países del mundo. Atención al cliente: el servicio es amable. Instalación: es muy cómoda y amplia. Equipos: son de última tecnología. Método: dispone de un Ciclo de Adquisición Natural. Está centrado alrededor de las “3 P’s del aprendizaje de idiomas”: Presentación, Práctica y Producción, se avanza a su propio ritmo. Grupos de estudiantes: son de 4 en gramática o de 6 en conversación o clubs sociales Horario: a elegir. Examen de ubicación: gratis. Certificado de la Universidad de Cambridge. Parqueadero: si tiene. 	<ul style="list-style-type: none"> Ubicación: está en un lugar en donde no hay tanta congestión vehicular y es una zona tranquila. Nivel gratis: regalan un nivel en el caso de que la persona que va a matricularse traiga una persona más. Reconocen el instituto: si hay gente que conoce el instituto. El curso que queda a una cuadra no tiene parqueadero. 	<ul style="list-style-type: none"> Material: los libros son solo para completar y sirven únicamente para la gramática, de manera que su material principalmente son las computadoras. Programas en el exterior: no tiene. 	<ul style="list-style-type: none"> Tiene a una cuadra otro curso de inglés, que en este caso es su principal competencia. 	<p>Actualmente tiene 400 estudiantes matriculados que están aprendiendo inglés</p> <p>Tiene capacidad para 600 estudiantes</p>

INSTITUTO	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	LIMITACIONES	AMENAZAS	CAPACIDAD
WASHINGTON ENGLISH	<ul style="list-style-type: none"> Experiencia: 14 años Presencia: 10 países del mundo. Método: Sistema natural, la enseñanza está enfocada a desarrollar habilidades de hablar y pensar en inglés y está encaminada a la profesión de cada persona. Material: Único material en el mercado, no utilizan los de otros autores. Grupos de estudiantes: mínimo 1 y máximo 8 por aula. Horario: programable Examen de ubicación: gratis. Apertura del curso: inmediatamente. 	<ul style="list-style-type: none"> Ubicación: está en un lugar en donde no hay tanta congestión vehicular, además es una zona tranquila. 	<ul style="list-style-type: none"> Instalación: es grande pero la alfombra y los muebles están deteriorados. Equipos: no son de última tecnología Atención al cliente: es deficiente porque la misma persona recibe a todos y atiende llamadas telefónicas, por lo tanto no hay alguien que de forma cómoda pueda atender a cada uno. Certificado de suficiencia en el idioma inglés es solo del instituto. Programas en el exterior: no tiene. Parqueadero: No tiene. 	<ul style="list-style-type: none"> Tiene a una cuadra otro curso de inglés, que en este caso es su principal competencia. El curso que está enseguida regala un nivel en el caso de que la persona que va a matricularse traiga una persona más. Reconocen el instituto: son contadas las personas que conocen el instituto. 	No se sabe exactamente cuántos estudiantes matriculados tiene pero son alrededor de 350

INSTITUTO	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	LIMITACIONES	AMENAZAS	CAPACIDAD
SPEAK OUT	<ul style="list-style-type: none"> • Método: Sistema práctico, la enseñanza consiste en desarrollar habilidades de hablar, escribir, leer y pensar en inglés. • Material: Único material en el mercado, no utilizan los de otros autores. • Grupos de estudiantes: mínimo 1 y máximo 8 por aula. • Horario: programable • Examen de ubicación: gratis. • Apertura del curso: inmediatamente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación: las instalaciones están ubicadas en un lugar por donde pasan todas las líneas de buses y autos, lo que permite que sea muy fácil fijarse que en este lugar enseñan inglés, también facilita la movilización a quienes no tienen auto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia: 1 año 2 meses • Presencia: en Quito- Ecuador. • Atención al cliente: es agradable. • Material: son dos textos anillados a blanco y negro porque son solo en base a copias. • Las instalaciones son muy pequeñas y tristes. • Equipos: son antiguos, obsoletos. • Certificado: de suficiencia en el idioma inglés es solo del instituto. • Parqueadero: no tiene. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación: está en un lugar en donde hay mucha congestión vehicular, lo que hace que haya problema para parquearse frente al instituto debido a que no tiene parqueadero. • Reconocen el instituto: son muy pocas las personas que conocen el instituto. 	<p>Actualmente tiene 90 estudiantes matriculados que están aprendiendo inglés</p> <p>Tiene capacidad para 200 estudiantes</p>

Elaborado por la Autora

La información obtenida que se detalla a continuación indica que actualmente se encuentran aprendiendo inglés en estos institutos 1.510 usuarios y que la oferta cubre una capacidad máxima de 2.000 usuarios.

CUADRO Nº 12

CAPACIDAD MÁXIMA DE LA OFERTA

INSTITUTO	NUMERO DE USUARIOS ACTUALMENTE	CAPACIDAD MÁXIMA
BENEDICT	300	350
CAMBRIDGE	120	200
QUALITY	250	300
WALL STREET	400	600
WASHINGT. ENGLISH	350	350
SPEAK OUT	90	200
TOTAL	1510	2000

Elaborado por la Autora

2.5 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

En la actualidad los institutos de inglés deben dar a conocer las ventajas que tiene su producto para que los usuarios lo adquieran, es la mejor forma de asegurar la venta.

Por lo tanto ante esta aclaración el programa de inglés de la Corporación Koe se lo comercializará mediante un canal de distribución que es la venta directa, no existirán intermediarios. Los ejecutivos del área comercial serán los encargados de realizar esta venta directa y automáticamente los usuarios podrán asistir a sus monitorias.

Para ello fue indispensable elaborar un diagrama de bloques en el que se identifique la secuencia y la interrelación de dichas actividades, como se muestra a continuación:

CUADRO Nº 13

PROCESO DE VENTA DIRECTA

DIAGRAMA DE BLOQUES	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
<pre> graph TD A[ESTRATEGIA] --> B[ENTREVISTA CON EL USUARIO] B --> C[FIRMA DEL CONTRATO] C --> D[INGRESO A ADMINISTRACIÓN] D --> E[ENTREGA DEL MATERIAL] </pre>	Obtener el nombre de la persona que está interesada en aprender inglés mediante bases de datos, entrevistas en radio ó televisión, censos.	Ejecutivo de Publicidad y Director de Publicidad
	Hacer una cita con el usuario y explicarle sobre las ventajas del programa Fast and Easy.	Ejecutivo de Publicidad
	Hacer el contrato con el usuario especificando las cláusulas del mismo y realizar el cobro de la inscripción.	Ejecutivo de Publicidad
	Entregar el contrato y el dinero al departamento administrativo para que los usuarios figuren en el sistema y se elabore el R.V.	Ejecutivo de Publicidad y Asistente Administrativa
	Entregar el R.V. y el contrato a verificación para que se entregue el material al usuario y asista a monitoria.	Director Administrativo y Verificador

Elaborado por la Autora

2.6 ESTRATEGIA COMERCIAL

2.6.1 PRODUCTO

El programa de inglés entran dentro de la categoría de productos de compra reflexiva, es decir, es un producto que demanda una comparación de sistemas ó métodos de aprendizaje, según diferentes tipos de criterios por parte del consumidor tales como si el método es práctico o tradicional, el tiempo de duración del curso, las horas mínimas que se debe asistir, el costo, la garantía, por citar algunos. Por lo tanto para este tipo de productos la compra es comparativa.

2.6.1.1 ATRIBUTOS

El kit Fast and Easy tiene las siguientes características:

- a) Es un material de biblioteca.
- b) Tiene tecnología de punta, audio MP3 con música moderna, contemporánea y melódica que se conecta con el oyente e incentiva la práctica y el aprendizaje. Prácticas de “listening & repetition” claramente definidas para que su pronunciación sea impecable.
- c) Los elementos de la fórmula perfecta son introducidos y presentados en los libros guía utilizando la innovadora técnica de “Asociación por Colores” para identificar los mismos con el color que les ha sido asignado.
- d) Basado en las necesidades y deseos del hispano-parlante, con base en encuestas, pruebas y pilotos, creando el programa que usted siempre soñó para aprender a hablar inglés.
- e) Es único en el mercado.

- f) Contiene un libro Basic Program, un libro de práctica Basic Program y dos cd's de audio en formato mp3.
- g) Contiene un libro Intermediate Program, un libro de práctica Intermediate Program y dos cd's de audio en formato mp3.
- h) Contiene un libro de trabajo Advance Program, un cd de audio en formato mp3 y un cd de audio en formato dvd.

El servicio tiene las siguientes características:

- a) La programación de monitorias se realiza mediante reservas en línea.
- b) Las monitorias son dinámicas y participativas.
- c) La enseñanza es personalizada.
- d) Se aplican técnicas de super - aprendizaje.
- e) Se emplea la asociación por colores e imágenes.
- f) Se utilizan 37 actividades educativas que fueron diseñadas como una herramienta de evaluación para los usuarios.
- g) El usuario puede asistir semanalmente a 2 horas de monitoria y hasta 10 horas de talleres.
- h) Es comprobable 100% desescolarizado, el objetivo del programa es que usted hable inglés, no que tenga que convertirse en un erudito del mismo. La oferta es “cero gramática”.
- i) Ofrece una secuencia de aprendizaje que le dará primero un conocimiento del idioma inglés a manera de supervivencia, después de manera funcional hasta llegar al dominio del idioma.

2.6.1.2 ESTRATEGIA DEL PRODUCTO

El objetivo fundamental será lograr el posicionamiento del producto en la mente del consumidor, lo cual se enfocará en dar a conocer la marca mediante una estrategia publicitaria.

2.6.1.3 MARCA

La marca de comercialización es KOE (Knowledge of English), que en español quiere decir “Conocimiento del Inglés”, se ha diseñado tomando en cuenta que el nombre tenga fuerza y sea fácil de recordar para iniciar el proceso de posicionamiento en la mente de las personas y que guarde relación con el producto que estamos introduciendo en el mercado.

Además de la marca, para identificar el producto en el mercado se requiere un logotipo y un eslogan.

2.6.1.3.1 LOGOTIPO

El logotipo que representa el programa de inglés es llamativo con el fin de llamar la atención de los compradores que se encuentran en el mercado para que ellos decidan por la alternativa de consumir este producto.

GRÁFICO N° 33

LOGOTIPO DE LA CORPORACIÓN



2.6.1.3.2 ESLOGAN

El eslogan representa las características que diferencian al producto de lo que comercializa la competencia.

El eslogan de Koe en el mercado es el siguiente:

En Inglés, Koe hace la diferencia

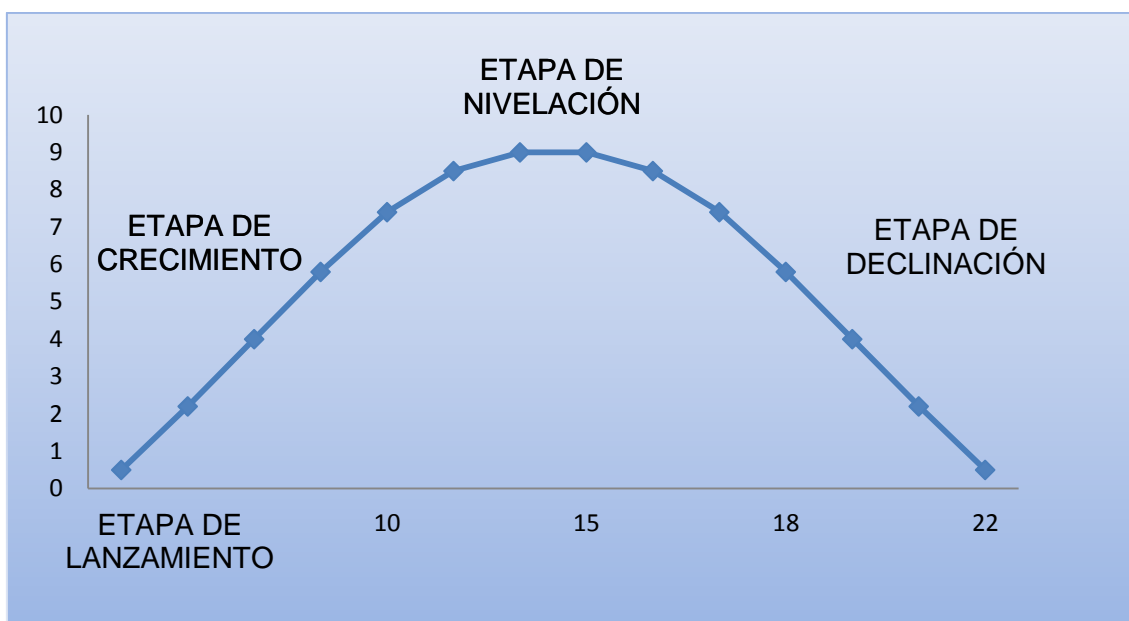
2.6.1.4 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

El aprendizaje del idioma inglés ha permanecido desde hace mucho tiempo en el mercado, claro que en la actualidad es una prioridad, debido a que la tecnología sigue avanzando y quien no domine inglés y computación es considerado el analfabeto del siglo XXI, de manera que ha llegado a una etapa de crecimiento, por lo tanto es indispensable concienciar al consumidor sobre la importancia de aprender éste idioma, para que se decida a aprender inglés.

En este el producto se encuentra en una etapa de lanzamiento, pues por sus características será nuevo en el mercado.

GRÁFICO N° 34

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO



Elaborado por la Autora

2.6.2 PRECIO

En el numeral 2.3.3.2 se explicó que el precio del programa de inglés de Koe es de 1.699 dólares, porque es el precio que está fijado para todas las sucursales de Koe Ecuador y para todas siempre va a ser el mismo, por lo tanto no podemos fijar un precio promedio de mercado.

Lo que sí se realizó es una comparación con los precios de la competencia que se detalla en el numeral 2.3.3.1 y el precio aceptado por los usuarios tomando en cuenta la encuesta realizada en la investigación de campo y se determinó que el precio del programa de Koe es aceptable.

A continuación se detalla el valor total de programa con una forma de pago a 12 meses, sea en efectivo cheque o tarjetas de crédito.

CUADRO N°14

PRECIO FINAL

PLAN	VALOR TOTAL	CUOTA INICIAL	SALDO	Nº DE CUOTAS	VALOR DE LA CUOTA
12 Meses	1.699	199	1.500	12	125
Contado	1.399	1.399	0	0	0

Elaborado por la Autora

2.6.3 PLAZA

Considerando las características y el proceso de compra de este producto, la mejor estrategia será la venta selectiva, ya que el producto se dirige a un nicho de mercado para el cuál es muy importante aprender inglés por su profesión, estudios o viajes.

El canal sugerido es la venta directa a nivel profesional y/o gerencial, como se mencionó anteriormente.

2.6.4 PROMOCIÓN

2.6.4.1 OBJETIVOS

- Despertar conciencia en los usuarios sobre la importancia de aprender inglés actualmente.
- Posicionar a la Corporación Koe, como la empresa que tiene el mejor programa para aprender hablar inglés.
- Incrementar la venta de los programas de inglés, utilizando estrategias de marketing.

- d) Difundir el mensaje de que Koe tiene la “Fórmula Perfecta” para hablar inglés de verdad.

2.6.4.2 ESTRATEGIA

Al estar el producto en etapa de lanzamiento, la estrategia a implementarse debe centrar la atención en resaltar las cualidades y bondades que éste ofrece, realizando una fuerte campaña promocional, que permita conocer el producto e incitar a la prueba del mismo.

2.6.4.3 ACTIVIDADES

- a) Elaboración y entrega de los materiales básicos informativos sobre el producto, remarcando las cualidades y ventajas (volantes, dípticos, trípticos, cartas condominio, posters, etc.) y realizando una invitación a participar en los exámenes de ubicación totalmente gratis.
- b) Iniciar campañas culturales mediante stands informativos en centros comerciales y ferias de educación.
- c) Realizar pasaportes ó encuestas a profesionales en zonas en las que existen solo oficinas.
- d) Invitar mediante volantes personalizados al gremio de la salud, de la arquitectura, de contabilidad, de comercio exterior, etc., a participar en una campaña cultural para mejorar su nivel de inglés.
- e) Diseñar una campaña informativa contratando cuñas en radio tres veces por semana y entrevistas al aire una vez por semana en dos radios diferentes.
- f) Enviar reportajes, de ¿por qué? aprender inglés, a correos electrónicos, para que mediante un servidor los usuarios interesados se registren.

- g) Publicar en el periódico el comercio y últimas noticias reportajes sobre, la importancia de aprender inglés, quienes se han certificado en Koe y una campaña promocional para que la persona llame y se registre.

2.6.5 SERVICIO POST VENTA

El servicio post venta, se realizará con el fin de conocer las opiniones de los usuarios después de que ellos se hayan matriculado. Con esta finalidad se diseñará un sondeo de opinión en que los usuarios puedan calificar el material, el método de enseñanza y el servicio. Los sondeos se realizarán una vez al mes y las respuestas serán analizadas con el fin de ir mejorando los mismos, de acuerdo a las expectativas del usuario.

También los monitores se encargarán de hacer llamadas de seguimiento todos los días y a la hora que se les asigne, a los usuarios que no están asistiendo, para conocer porque no lo están haciendo y darles una solución, como también para ofrecerles horarios disponibles.

2.7 CONCLUSIONES

- a) De acuerdo con los resultados de la investigación sobre los cursos de inglés que se encuentran en el mercado actualmente, se concluyó que en la población existe una tendencia creciente por aprender este idioma debido a su profesión y conciencia de la importancia del mismo, por lo tanto el programa de inglés de Koe tendrá una buena acogida por parte de los clientes.
- b) Según la investigación de campo realizada por la Autora se concluyó que en el mercado no existe una gran cantidad de cursos de inglés que utilicen métodos diferentes al tradicional para enseñar el idioma.

- c) En la investigación se seleccionó como mercado objetivo a las personas entre 25 y 34 años de la parroquia Ponceano. La población en su mayoría se convertirían en clientes potenciales, de acuerdo a la investigación exploratoria realizada por la Autora.
- d) En el estudio de la demanda se concluyó que el presente proyecto tomará el 60% del mercado objetivo, para después ir incrementándolo en un 10% durante los primeros cinco años, para lo cual se aplicarán estrategias que permitan una mayor participación en el mercado y en el año 2014 llegar a cubrir todo el mercado objetivo.
- e) De acuerdo al análisis de la elasticidad precio de la demanda, se concluyó que no se podrá considerar como estrategia comercial la disminución del precio, debido a que la demanda se incrementará en una proporción menor a la disminución del precio.
- f) El estudio referente a los canales de distribución determinó que el proyecto deberá utilizar un solo canal de distribución que es la venta directa, no existirán intermediarios. Los ejecutivos del área comercial se encargarán de realizar esta venta directa.

CAPÍTULO III

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

3.1 INTRODUCCIÓN

En este estudio se estableció la localización, el tamaño y la ingeniería del proyecto, para determinar los recursos que se necesitan para el funcionamiento adecuado de la nueva sucursal de la Corporación Koe.

3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La localización del proyecto es determinante para su éxito, pues de esto depende en gran medida de que se obtenga la rentabilidad esperada.

En el presente proyecto se seleccionó como segmento a la parroquia Ponceano y para este análisis se tomó tres barrios de esta parroquia que son San José del Condado, Prados del Oeste y Albert Einstein. Sin embargo, es necesario confirmar esta elección a través del estudio de la macrolocalización y la microlocalización, para especificar el lugar estratégico donde estará ubicada la nueva sucursal de la Corporación Koe, para ello se consideró varios factores que condicionan la selección.

3.2.1 FACTORES DE LOCALIZACIÓN

Entre los factores que condicionan la localización se consideró no solamente los aspectos económicos, sino también criterios estratégicos,

institucionales e incluso preferencias emocionales que llevan a los clientes a comprar en un determinado lugar.¹²

Los factores relevantes de localización que tuvieron influencia sobre este proyecto fueron:

- a) Cercanía al mercado
- b) Existencia de instalaciones adecuadas
- c) Facilidades de medios de transporte
- d) Facilidades de movilización vehicular
- e) Disponibilidad de poder adquisitivo
- f) Baja concentración de la Competencia
- g) Disponibilidad de personal
- h) Disponibilidad de internet
- i) Disponibilidad de servicios básicos
- j) Disponibilidad de recolección de basura
- k) Disponibilidad de restaurantes
- l) Disponibilidad de servicios de seguridad
- m) Disponibilidad de servicios bancarios
- n) Disponibilidad de servicios de salud
- o) Cercanía al aeropuerto

¹² SAPAG N., SAPAG R.- Preparación y Evaluación de Proyectos.- Cuarta Edición. McGraw – Hill Interamericana.- Chile 2000.- pág. 189.

3.2.2 MATRIZ PONDERADA DE LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN

Para la ubicación del proyecto se utilizó el método cualitativo por puntos, el mismo que consiste en asignar valores ponderados de peso relativo a cada uno de los factores determinantes en la localización, de acuerdo a la importancia que se les atribuye.¹³

CUADRO Nº 15

VALORES PONDERADOS DE PESO RELATIVO DE LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN

FACTOR DE LOCALIZACIÓN	PESO O IMPORTANCIA RELATIVA
Cercanía al mercado	0,16
Existencia de instalaciones adecuadas	0,12
Facilidades de medios de transporte	0,10
Facilidades de movilización vehicular	0,10
Disponibilidad de poder adquisitivo	0,10
Baja concentración de la competencia	0,08
Disponibilidad de personal	0,08
Disponibilidad de internet	0,08
Disponibilidad de servicios básicos	0,06
Disponibilidad de recolección de basura	0,04
Disponibilidad de restaurantes	0,03
Disponibilidad de servicios de seguridad	0,02
Disponibilidad de servicios bancarios	0,01
Disponibilidad de servicios de salud	0,01
Cercanía al aeropuerto	0,01
TOTAL	1,00

Elaborado por la Autora

¹³ Ibid.- pág. 196

Después, se consideró varias zonas y se calificó a cada factor con una escala predeterminada, en este caso del 1 al 10 y se determinó que la suma de las calificaciones ponderadas que tenga mayor puntaje, será la localización seleccionada.

Las zonas para este proyecto fueron los barrios San José del Condado, Prados del Oeste y Albert Einstein y los factores son los mencionados anteriormente.

CUADRO Nº 16

PUNTAJE DE LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN

FACTOR DE LOCALIZACIÓN	Puntaje en San J. del Condado	Puntaje en Prados del Oriente	Puntaje en Albert Einstein
Cercanía al mercado	7	9	9
Existencia de instalaciones adecuadas	6	9	9
Facilidades de medios de transporte	9	8	8
Facilidades de movilización vehicular	5	9	8
Disponibilidad de poder adquisitivo	8	9	9
Baja concentración de la Competencia	8	9	8
Disponibilidad de personal	9	9	9
Disponibilidad de internet	9	9	8
Disponibilidad de servicio básicos	9	9	9
Disponibilidad de recolección de basura	9	9	9
Disponibilidad de restaurantes	7	6	7
Disponibilidad de servicios de seguridad	7	7	7
Disponibilidad de servicios bancarios	6	5	6
Disponibilidad de servicios de salud	7	7	6
Cercanía de aeropuerto	7	7	6
TOTAL	113	121	118

Elaborado por la Autora

A continuación se detallan los puntajes finales y ponderados de los factores de localización para cada uno de los tres sitios propuestos y así determinar la macrolocalización.

CUADRO Nº 17

PUNTAJE PONDERADO DE LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN PARA DETERMINAR LA MACROLOCALIZACIÓN

FACTOR DE LOCALIZACIÓN	Peso o Importancia Relativa	Puntaje en San J. del Condado	Puntaje Ponderado	Puntaje en Prados del Oriente	Puntaje Ponderado	Puntaje en Albert Einstein	Puntaje Ponderado
Cercanía al mercado	0,16	7	1,12	9	1,44	9	1,44
Existencia de instalaciones adecuadas	0,12	6	0,72	9	1,08	9	1,08
Facilidades de medios de transporte	0,10	9	0,90	8	0,80	8	0,80
Facilidades de movilización vehicular	0,10	5	0,50	9	0,90	8	0,80
Disponibilidad de poder adquisitivo	0,10	8	0,80	9	0,90	9	0,90
Baja concentración de la Competencia	0,08	8	0,64	9	0,72	8	0,64
Disponibilidad de personal	0,08	9	0,72	9	0,72	9	0,72
Disponibilidad de internet	0,08	9	0,72	9	0,72	8	0,64
Disponibilidad de servicios básicos	0,06	9	0,54	9	0,54	9	0,54
Disponibilidad de recolección de basura	0,04	9	0,36	9	0,36	9	0,36
Disponibilidad de restaurantes	0,03	7	0,21	6	0,18	7	0,21
Disponibilidad de servicios de seguridad	0,02	7	0,14	7	0,14	7	0,14
Disponibilidad de servicios bancarios	0,01	6	0,06	5	0,05	6	0,06
Disponibilidad de servicios de salud	0,01	7	0,07	7	0,07	6	0,06
Cercanía de aeropuerto	0,01	7	0,07	7	0,07	6	0,06
TOTAL	1,00	113	7,57	121	8,69	118	8,45

Elaborado por la Autora

De acuerdo a los resultados, la localización adecuada para el proyecto es el barrio Prados del Oriente, con una ponderación de 8,69 debido a que tiene las mejores opciones de ubicación.

Así mismo, fue necesario realizar la microlocalización para determinar el lugar específico en el que se ubicará la nueva sucursal de Koe, para esto se consideró direcciones que están dentro del barrio Prados del Oeste, que son: José de la Rea y Av. Diego de Vásquez Cepeda, Moisés Luna Andrade y Guadalupe Juan, Francisco del Campo y Villalobos Rodrigo. También se tomó en cuenta los factores utilizados anteriormente para la macrolocalización.

CUADRO Nº 18

PUNTAJE DE LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN

FACTOR DE LOCALIZACIÓN	Puntaje en Moisés Luna Andrade y Guadalupe Juan	Puntaje en José de la Rea y Diego de Vásquez	Puntaje en Francisco del Campo y Villalobos Rodrigo
Cercanía al mercado	9	9	9
Existencia de instalaciones adecuadas	7	9	8
Facilidades de medios de transporte	7	8	7
Facilidades de movilización vehicular	8	8	8
Disponibilidad de poder adquisitivo	9	9	9
Baja concentración de la Competencia	9	9	9
Disponibilidad de personal	9	9	9
Disponibilidad de internet	9	9	9
Disponibilidad de servicio básicos	9	9	9
Disponibilidad de recolección de basura	9	9	9
Disponibilidad de restaurantes	6	6	5
Disponibilidad de servicios de seguridad	7	8	7
Disponibilidad de servicios bancarios	6	6	6
Disponibilidad de servicios de salud	7	7	7
Cercanía de aeropuerto	7	7	6
TOTAL	118	122	117

Elaborado por la Autora

A continuación se detallan los puntajes finales y ponderados de los factores de localización para cada una de las tres direcciones propuestas y así determinar la microlocalización.

CUADRO Nº 19

PUNTAJE PONDERADO DE LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN PARA DETERMINAR LA MICROLOCALIZACIÓN

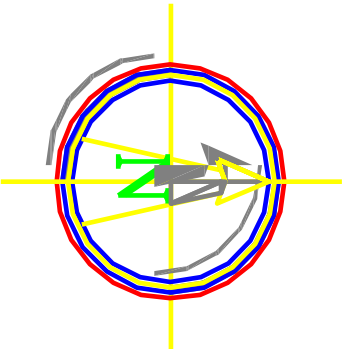
FACTOR DE LOCALIZACIÓN	Peso o Importancia Relativa	Puntaje en Moisés Luna Andrade y Guadalupe Juan	Puntaje Ponderado	Puntaje en José de la Rea y Diego de Vásquez	Puntaje Ponderado	Puntaje en Francisco del Campo y Villalobos Rodrigo	Puntaje Ponderado
Cercanía al mercado	0,16	9	1,44	9	1,44	9	1,44
Existencia de instalaciones adecuadas	0,12	7	0,84	9	1,08	8	0,96
Facilidades de medios de transporte	0,10	7	0,70	8	0,80	7	0,70
Facilidades de movilización vehicular	0,10	8	0,80	8	0,80	8	0,80
Disponibilidad de poder adquisitivo	0,10	9	0,90	9	0,90	9	0,90
Baja concentración de la Competencia	0,08	9	0,72	9	0,72	9	0,72
Disponibilidad de personal	0,08	9	0,72	9	0,72	9	0,72
Disponibilidad de internet	0,08	9	0,72	9	0,72	9	0,72
Disponibilidad de servicios básicos	0,06	9	0,54	9	0,54	9	0,54
Disponibilidad de recolección de basura	0,04	9	0,36	9	0,36	9	0,36
Disponibilidad de restaurantes	0,03	6	0,18	6	0,18	5	0,15
Disponibilidad de servicios de seguridad	0,02	7	0,14	8	0,16	7	0,14
Disponibilidad de servicios bancarios	0,01	6	0,06	6	0,06	6	0,06
Disponibilidad de servicios de salud	0,01	7	0,07	7	0,07	7	0,07
Cercanía de aeropuerto	0,01	7	0,07	7	0,07	6	0,06
TOTAL	1,00	118	8,26	122	8,62	117	8,34

Elaborado por la Autora

El resultado indica que el lugar estratégico para ubicar a la nueva sede de la Corporación Koe es la calle José de la Rea y Av. Diego de Vásquez Cepeda con una puntuación ponderada de 8,62.

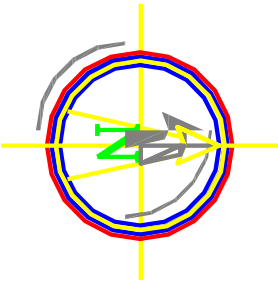
3.2.3 MAPA DE LOCALIZACIÓN

GRÁFICO Nº 35



UBICACION

ESCALA S : E



3.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto influye principalmente en el nivel de inversiones, en los costos en los que incurrirá para el funcionamiento de la empresa y por tanto, en la estimación de la rentabilidad que podría generar con su implementación. De igual forma, la decisión que se tome respecto al tamaño determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por ventas.

Al analizar las variables para el tamaño del proyecto, se consideró como la principal, la capacidad que tiene Koe para la prestación del servicio.

Para este proyecto, el tamaño está definido por la capacidad para atender al 13,3% de los usuarios que quieren aprender inglés. Es decir, que la sucursal de Koe estará en capacidad de atender a 800 usuarios, se ha previsto 7 salones cada uno con una capacidad máxima de 8 usuarios por salón, determinando la prestación del servicio durante un año. El primer año se atenderá al 60% que son 480 usuarios como mínimo y mediante la aplicación de estrategias en el quinto año se llegará a cubrir la capacidad máxima de Koe.

3.4 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Para realizar la distribución de la planta la Autora utilizó el Método SLP (Systematic Layout Plannig – Planeación sistemática de la Distribución de Instalaciones). Para la aplicación de dicho método se requirió de una serie de datos sugeridos por Richard Muther, como son: el producto con todas sus especificaciones técnicas, cantidad del producto que se va a elaborar, la secuencia que sigue la materia prima dentro del proceso productivo, los insumos necesarios en el proceso, el tiempo que tarda el proceso de producción. Además se consideró la relación existente entre las diferentes

actividades, la cantidad y las medidas de la maquinaria, equipo y de más bienes que se vayan a utilizar en la adecuación de la empresa.¹⁴

En el presente proyecto se tomó en cuenta que para el funcionamiento de la empresa, se arrendará una casa y se la adecuará en base a las necesidades.

La casa es de dos plantas y tiene 596,30 m² de construcción, se dividirá para el funcionamiento del Área Administrativa, Área de Comercialización, Área de Monitoría, Cafetería, Bodega y Baños. Además contará con un parqueadero para los usuarios de 131,70 m².

3.4.1 SELECCIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Para la apertura de la nueva sucursal de la Corporación Koe, cada área requiere varios recursos como: muebles y enseres, equipo de computación y equipo de oficina.

3.4.1.1 ÁREA DE ADMINISTRACIÓN

En el área de administración se utilizarán muebles y enseres, un equipo de computación y un equipo de oficina, necesarios para adecuar la oficina del director administrativo, la cafetería y las salas de espera, de igual forma muebles para las oficinas del verificador, el ejecutivo de cobranzas y la asistente de comité regional que en los próximos meses se contratarán.

Los muebles y enseres que se adquirirán para esta área del instituto, con sus respectivas medidas, se detallan en el siguiente cuadro:

¹⁴ BACA URBINA, Gabriel. op.cit.- pág. 110.

CUADRO Nº 20

CARACTERÍSTICAS DE LOS MUEBLES DEL ÁREA ADMINISTRATIVA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	MEDIDAS (en metros)		
		FRENTE	FONDO	ALTO
Escritorio grande	1	1.80	0.80	0.75
Escritorio pequeño	3	1.40	0.80	0.75
Escritorio – recepción	1	1.60	0.80	1.20
Armario archivador	2	0.90	0.45	1.80
Archivador bajo	3	0.75	0,50	0.70
Sillón – tres personas	1	2.03	0.80	0.78
Sillón - dos personas	1	1.36	0.80	0.78
Sillón - una personas	1	0.68	0.80	0.78
Silla giratoria gerencial	1	0.62	0.60	1.22
Silla giratoria ejecutiva	4	0.48	0.52	0.96
Silla	8	0.40	0.42	0.80
Mesa de centro	1	0.48	0.24	0.24
Pared Modular	1	25.00		2.00
Microondas ELECTROLUX	1	0.45	0.32	0.26
Mini – refrigeradora ELECTROLUX	1	0.58	0.55	1.05
Cafetera Oster	1	0.25	0.15	0.30
Cestos de basura	1	0.20	0.20	0.30

Elaborado por la Autora

Los muebles serán de madera MDF, las sillas estarán tapizadas en tela al igual que los sillones, para mayor comodidad del personal, proveedores y usuarios que visiten el instituto.

El equipo de computación que se adquirirá será el siguiente:

CUADRO Nº 20

EQUIPO DE COMPUTACIÓN DEL ÁREA ADMINISTRATIVA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Computadora DELUXE 19"D.Core2.5 GHZ 3G	2
Impresora Multifuncional (incluye Escáner y Copiadora)	1

Elaborado por la Autora

El equipo de oficina que se requiere es el siguiente:

CUADRO Nº 21

EQUIPO DE OFICINA DEL ÁREA ADMINISTRATIVA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Teléfono – fax PANASONIC	1
Teléfono PANASONIC	2

Elaborado por la Autora

3.4.1.2 ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN

En el área de comercialización se utilizarán muebles y enseres, un equipo de computación y un equipo de oficina para adecuar la oficina del director de publicidad, de los gerentes distritales, el call center y el salón de reuniones.

Los muebles y enseres que se adquirirán para esta área del instituto, con sus respectivas medidas, se detallan en el siguiente cuadro:

CUADRO Nº 22**CARACTERÍSTICAS DE LOS MUEBLES Y ENSERES DEL ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	MEDIDAS (en metros)		
		FRENTE	FONDO	ALTO
Escritorio grande	1	1.80	0.80	0.75
Escritorio pequeño	2	1.40	0.80	0.75
Escritorio – call center	3	1.00	0.60	0.75
Armario archivador	2	0.90	0.45	1.80
Mueble – equipo/audio	1	1.20	0.50	1.10
Silla giratoria gerencial	1	0.62	0.60	1.22
Silla giratoria ejecutiva	2	0.48	0.52	0.96
Silla	29	0.40	0.42	0.80
Pared Modular	1	30.00		2.00
Cestos de basura	4	0.20	0.20	0.30

Elaborado por la Autora

Los muebles serán de madera MDF, las sillas estarán tapizadas en tela al igual que los sillones, para mayor comodidad del personal, proveedores y usuarios que visiten el instituto.

El equipo de computación que se adquirirá será el siguiente:

CUADRO Nº 23**EQUIPO DE COMPUTACIÓN DEL ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Computadora DELUXE 19"D.Core2.5 GHZ 3G	1
Impresora Multifuncional (incluye Escáner y Copiadora)	1

Elaborado por la Autora

El equipo de oficina que se requiere es el siguiente:

CUADRO Nº 24

EQUIPO DE OFICINA DEL ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Teléfono – fax PANASONIC	1
Teléfono PANASONIC	6
Equipo de sonido SONY	1
Plasma 32LD330 LG	1
DVD DV 586 LG	1
Micrófono PANASONIC	1
Pizarrón tiza líquida	1

Elaborado por la Autora

3.4.1.3 ÁREA DE MONITORÍA

En el área de monitoría se utilizarán muebles y enseres, un equipo de computación y un equipo de oficina para adecuar la oficina Coordinador Académico, de los monitores y los salones de monitoría.

Los muebles y enseres que se adquirirán para esta área del instituto, con sus respectivas medidas, se detallan en el siguiente cuadro:

CUADRO Nº 25**CARACTERÍSTICAS DE MUEBLES Y ENSERES DEL ÁREA DE MONITORÍA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	MEDIDAS (en metros)		
		FRENTE	FONDO	ALTO
Escritorio grande	1	1.80	0.80	0.75
Escritorio pequeño	1	1.40	0.80	0.75
Mesa de reunión	7	2.40	1.20	0.75
Armario archivador	2	0.90	0.45	1.80
Archivador aéreo	7	0,90	0.45	0.45
Sillón – tres personas	4	2.03	0.80	0.78
Sillón - dos personas	2	1.36	0.80	0.78
Silla giratoria gerencial	1	0.62	0.60	1.22
Silla giratoria ejecutiva	1	0.48	0.52	0.96
Silla	69	0.40	0.42	0.80
Pared Modular	1	60.00		2.00
Cestos de basura	4	0.20	0.20	0.30

Elaborado por la Autora

Los muebles serán de madera MDF, las sillas estarán tapizadas en tela al igual que los sillones, para mayor comodidad del personal, proveedores y usuarios que visiten el instituto.

El equipo de computación que se adquirirá será el siguiente:

CUADRO Nº 26**EQUIPO DE COMPUTACIÓN DEL ÁREA DE MONITORÍA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Computadora DELUXE 19"D.Core2.5 GHZ 3G	1
Impresora Multifuncional (incluye Escáner y Copiadora)	1

Elaborado por la Autora

El equipo de oficina que se requiere es el siguiente:

CUADRO Nº 27

EQUIPO DE OFICINA DEL ÁREA DE MONITORÍA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Teléfono – fax PANASONIC	1
Teléfono PANASONIC	2
Plasma 32LD330 LG	1
DVD DV 586 LG	1
Grabadora CFDRG880CPBCE92 SONY	2
Pizarrón tiza líquida	3

Elaborado por la Autora

3.4.2 REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

Para llevar a cabo cada una de las actividades en la Corporación Koe, se requiere la colaboración del siguiente personal:

- a) Un Director Administrativo con conocimientos de contabilidad y experiencia en procesos administrativos, cobranzas y manejo de personal. Sus funciones consisten en recibir los contratos de los programas de inglés, dinero en efectivo, cheques o voucher, por el valor de la inscripción al igual que los pagos de mensualidad del programa y mandar a depositar; en asignar cuentas al ejecutivo de cobranzas, en solicitar los Kits Fast and Easy para entregarlos a los nuevos usuarios, en facilitar los pagos de estrategias y en pagar sueldos, comisiones y premios al personal.
- b) Una Recepcionista que tenga conocimiento de Excel, Word, internet y servicio al cliente. Sus funciones son recibir llamadas para realizar reservas de monitorias a los usuarios, atender al usuario que viene a su

monitoria, a realizar una reserva, a pagar la mensualidad y a pedir información del programa registrando sus datos (nombre - teléfono) y poniéndolo en contacto con un ejecutivo de publicidad, facilitar horarios de talleres a los usuarios, elaborar y facilitar las cartillas de control de asistencia de los usuarios a los monitores, realizar reactivaciones de contratos, y cambios de beneficiario e informar y publicar las fechas en las que no se va a dar servicio de monitoría por feriado o disposición de la Dirección Académica.

- c) Un Director de Publicidad, para este cargo es indispensable que haya ocupado los cargos de Asesor Comercial, Senior Ejecutivo, Jefe de Grupo, Gerente Distrital y Gerente Divisional y tenga habilidades de Dirección y Liderazgo. Sus funciones son realizar anuncios, entrevistas de trabajo y seminarios de selección y capacitación de personal, concretar estrategias, llevar reuniones de capacitación y motivación todos los días, cumplir metas y hacer que los demás las cumplan, inyectar disciplina y lealtad a Koe, patrocinar ascensos, enseñar, corregir y exigir.
- d) Dos Gerentes Distritales, para este cargo es indispensable que hayan ocupado los cargos de Asesor Comercial, Senior Ejecutivo y Jefe de Grupo y tengan habilidades de comunicación negociación y dirección. Sus funciones son realizar anuncios, entrevistas de trabajo y seminarios de selección y capacitación de personal, buscar y ejecutar estrategias, entrenar al personal de publicidad en el terreno, promover que los ejecutivos que encuentran en cargo inferiores asciendan mediante el cumplimiento de metas, enseñarles la mística, cumplir metas y hacer que el equipo sea productivo, programar al equipo, matricular usuarios y enseñar a hacerlo.
- e) Dos Jefes de Grupo, para este cargo es indispensable que hayan ocupado los cargos de Asesor Comercial y Senior Ejecutivos y tengan habilidades de comunicación y negociación. Sus funciones son capacitar a los ejecutivos que se encuentran en cargos inferiores, cumplir cuotas, buscar y ejecutar estrategias, sacar citas, matricular y enseñar a hacerlo.
- f) Dos Senior Ejecutivos, para este cargo es indispensable que hayan ocupado el cargo de Asesor Comercial y tengan habilidades de

- comunicación y negociación. Sus funciones son capacitar al Asesor, , cumplir cuotas, buscar y ejecutar estrategias, sacar citas, matricular y enseñar a hacerlo..
- g) Cuatro Asesores Comerciales con o sin experiencia en ventas, para este cargo es necesario que haya pasado el seminario de selección y capacitación de personal. Sus funciones son buscar y ejecutar estrategias, sacar citas y matricular.
 - h) Un Coordinador Académico que debe saber hablar inglés perfectamente y haber sido primero monitor. Sus funciones son capacitar a los monitores en el método para poder enseñar inglés, elaborar los horarios de talleres, autorizar la reactivación de contratos, autorizar los cambios de usuario y determinar el número de usuarios activos e inactivos que tiene la sucursal para conocer el número de monitores que se necesitan.
 - i) Dos Monitores, con ellos se va a iniciar el proyecto y a medida que se sigan vinculando los usuarios, se contratará más monitores en el momento que sea necesario, deben saber hablar inglés perfectamente y haber vivido mínimo 5 años en cualquier país en donde se habla el idioma, tener preparación en pedagogía y psicología, ser dinámico, joven y ser empático. Sus funciones son enseñar inglés a los usuarios con el método de Koe en base a motivación, evaluar a los usuarios mediante las actividades educativas, y hacer que los usuarios registren su asistencia en las cartillas de control.
 - j) Una Telemercaderista con habilidades de comunicación y servicio. Su función será realizar llamadas y concretar citas de todos los datos que le asigne el personal de ventas.
 - k) Una Conserje con excelentes referencias. Sus funciones son la limpieza de toda la instalación y su el mantenimiento de la misma.
 - l) Un Guardia que pertenezca a una empresa de seguridad y tenga excelentes referencias. Sus funciones serán velar por la seguridad del personal, de los usuarios y las instalaciones.

3.4.3 DISTRIBUCIÓN DE LAS ÁREAS

Para distribuir adecuadamente el espacio disponible, se analizó la relación que existe entre las áreas antes mencionadas y la importancia de la proximidad entre ellas, utilizando el Diagrama SLP. Se consideró para ésta acción el tamaño de los recursos que se necesitan en cada área y el número de personas que van a ocupar cada espacio.

Este método utiliza una técnica poco cuantitativa al proponer distribuciones con base en la conveniencia de cercanía entre las áreas. Emplea la simbología internacional, que se presenta a continuación:¹⁵

CUADRO Nº 28
SIMBOLOGÍA DEL MÉTODO SLP

LETRA	ORDEN DE PROXIMIDAD	VALOR EN LÍNEAS
A	Absolutamente necesario	=====
E	Especialmente importante	=====
I	Importante	=====
O	Ordinaria	=====
U	Sin importancia	=====
X	Indeseable	=====
XX	Muy Indeseable	=====

Elaborado por la Autora

Para la distribución de las áreas se aplicó el método SLP, el que utiliza un diagrama correlacional y un diagrama de hilos.

¹⁵ Ibid.- pág. 110.

La distribución se considera óptima cuando las proximidades coinciden en ambos diagramas.¹⁶

GRÁFICO Nº 36

DIAGRAMA CORRELACIONAL DE LAS ÁREAS DEL INSTITUTO

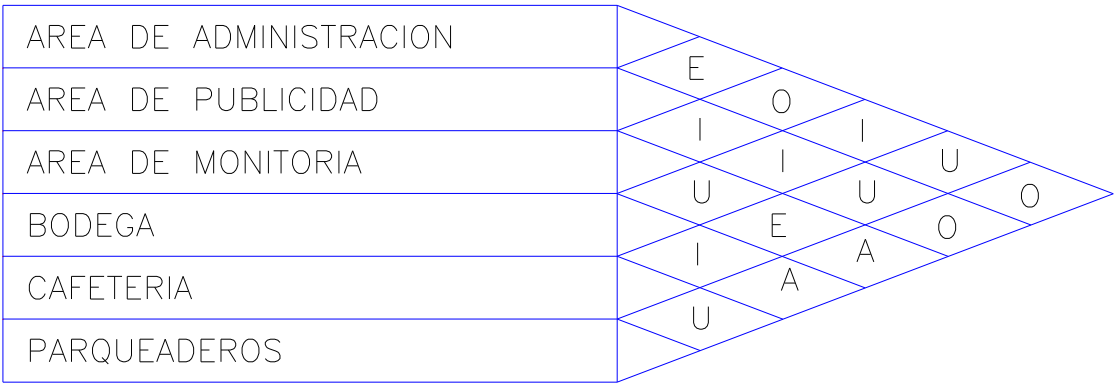
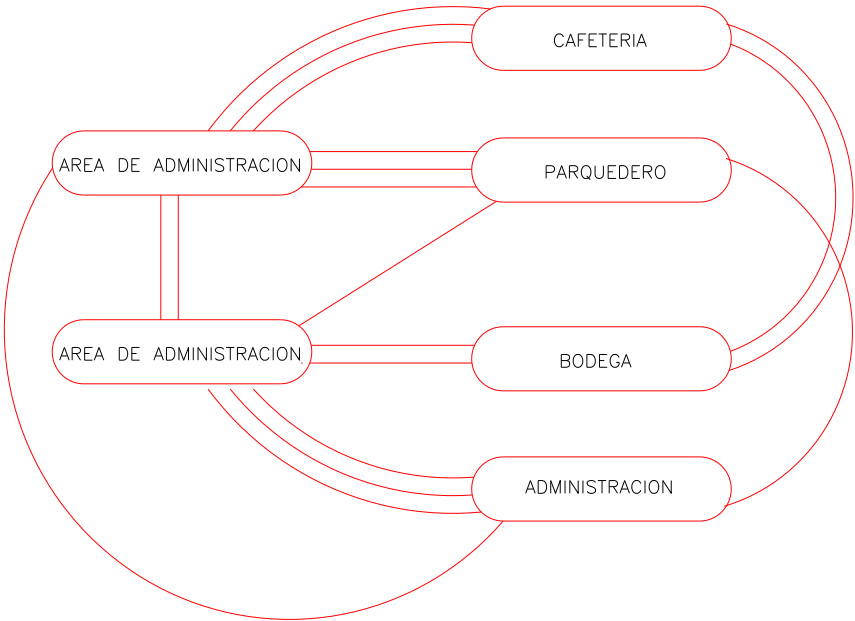


GRÁFICO Nº 37

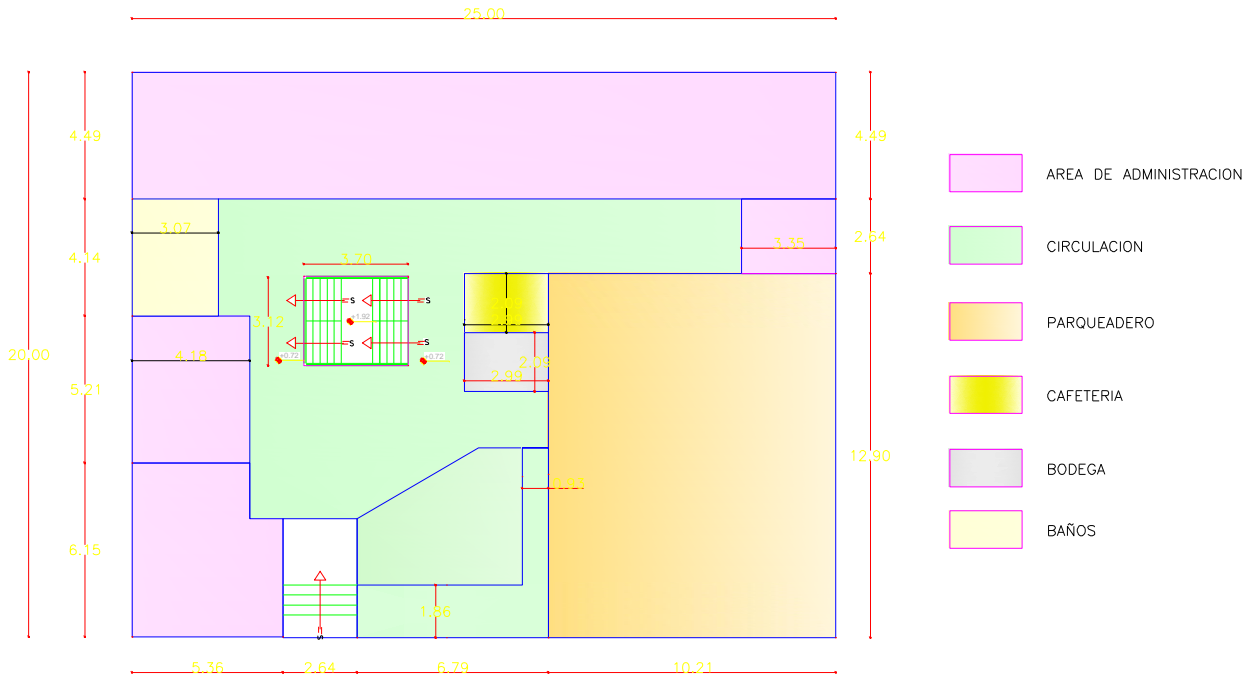
DIAGRAMA DE HILOS DE LAS ÁREAS DEL INSTITUTO



¹⁶ Ibid.- pág. 111

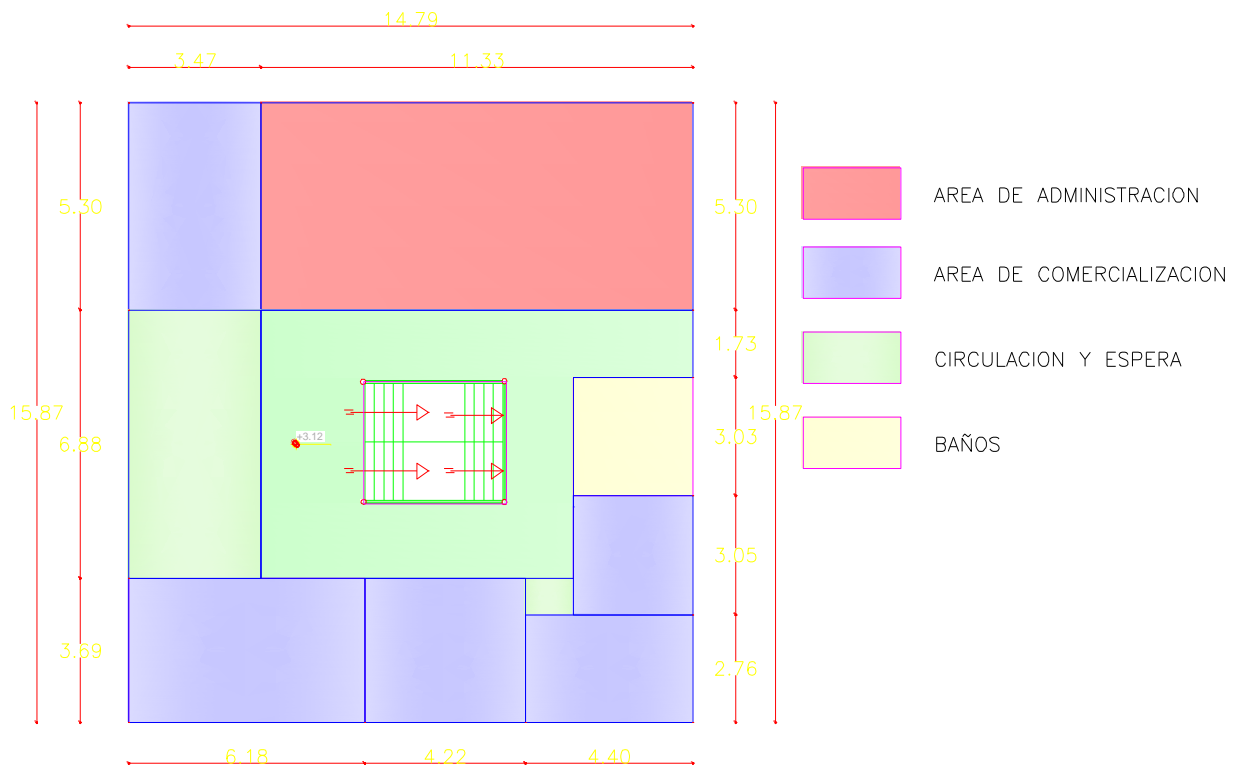
GRÁFICO Nº 38

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA POR ÁREAS



PLANTA BAJA

ESCALA 1 : 100



PLANTA ALTA

ESCALA 1 : 100

Los requerimientos de espacios para realizar las actividades en cada una de las áreas, se especifican en el siguiente cuadro:

CUADRO Nº 29
DIMENSIONES POR ÁREAS

ÁREA	DESCRIPCIÓN	FRENTE M	FONDO m	DIMENSIÓN TOTAL
ADMINISTRATIVA	Dirección Administrativa	5,30	11,32	60,05
	Asistencia Administrativa			
	Verificación			
	Cobranza			
COMERCIAL	Dirección de Publicidad	3,13	3,05	9,55
	Gerencia Distrital	3,13	3,05	9,55
	Gerencia Distrital	4,21	3,68	15,49
	Salón de Reuniones	5,30	3,46	18,34
	Call Center	3,68	6,18	22,74
			TOTAL	75,69
MONITORÍA	Salones de Monitoria	4,50	25,00	112,50
	Oficina para Monitores	3,34	2,64	8,82
	Salón de Audiovisuales	4,18	5,21	21,78
	Dirección Académica	6,18	5,36	33,12
			TOTAL	176,25

CIRCULACIÓN	Corredores Internos	2,63	18,58	48,87
		2,00	4,18	8,36
		2,00	3,00	6,00
		10,61	5,21	55,28
		1,32	1,73	2,28
		1,81	3,28	5,94
		1,83	8,61	15,76
		5,15	2,71	13,96
	Corredores Externos	0,93	6,71	6,24
		1,86	6,79	12,63
	Espera Planta Baja	4,80	5,80	27,84
	Espera Planta Alta	3,68	6,18	22,74
			TOTAL	225,90
GRADAS	Gradas Externas	2,64	4,21	11,11
	Gradas Internas	3,70	3,16	11,69
			TOTAL	22,80
CAFETERÍA		2,98	2,09	6,23

BODEGA		2,98	2,09	6,23
BAÑOS	Baños Planta Baja	4,14	3,09	12,79
	Baños Planta Alta	3,31	3,13	10,36
			TOTAL	23,15
PARQUEADERO		10,20	12,70	131,70

Elaborado por la Autora

CUADRO Nº 30

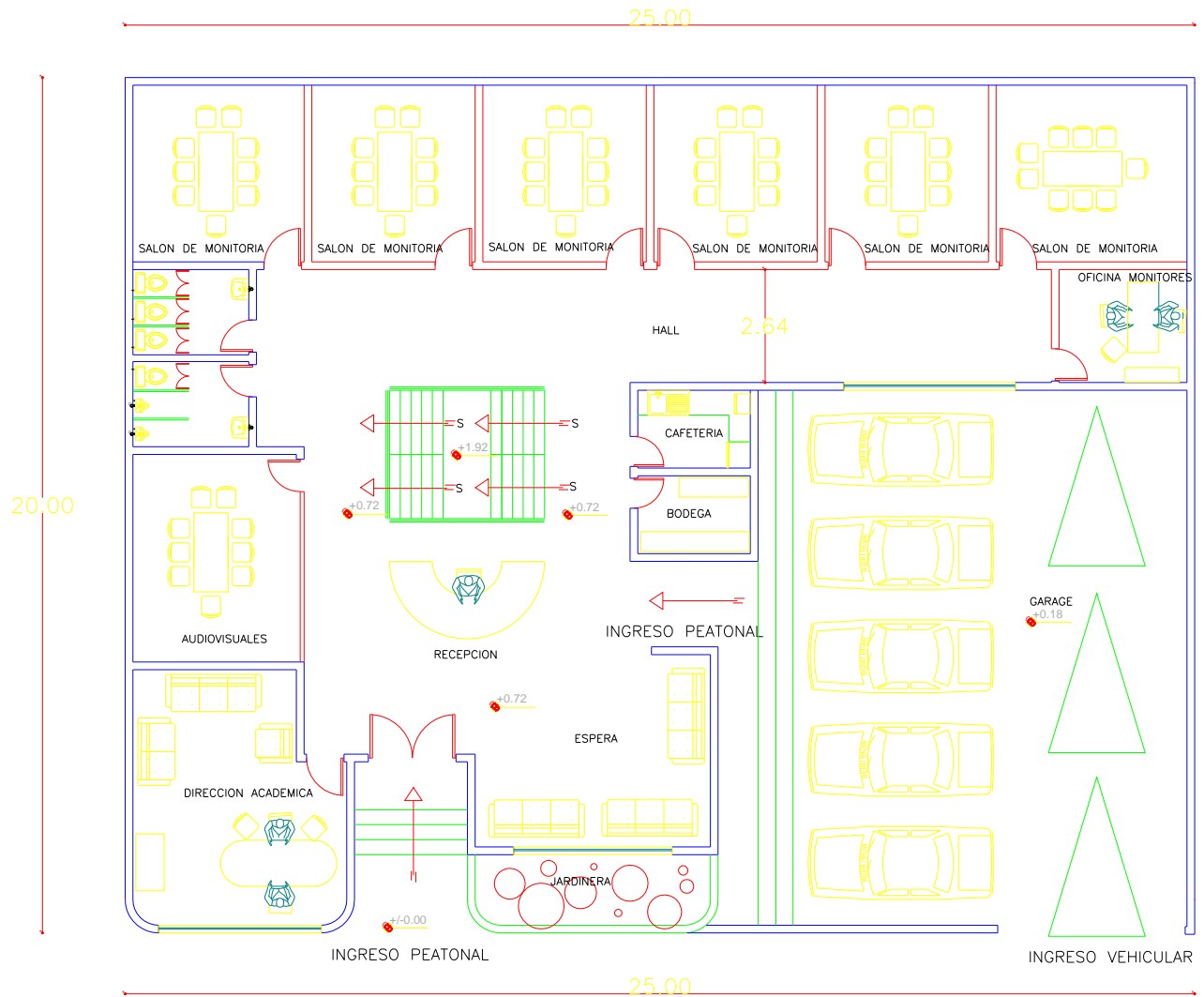
DIMENSIONES DE LAS ÁREAS DEL INSTITUTO KOE

ÁREAS	DIMENSIÓN TOTAL
ÁREA DE ADMINISTRACIÓN	60,05
ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN	75,69
ÁREA DE MONITORÍA	176,25
BODEGA	6,23
CAFETERÍA	6,23
GRADAS	22,80
BAÑOS	23,15
CIRCULACIÓN	225,90
PARQUEADERO	131,70
TOTAL	728,00

Elaborado por la Autora

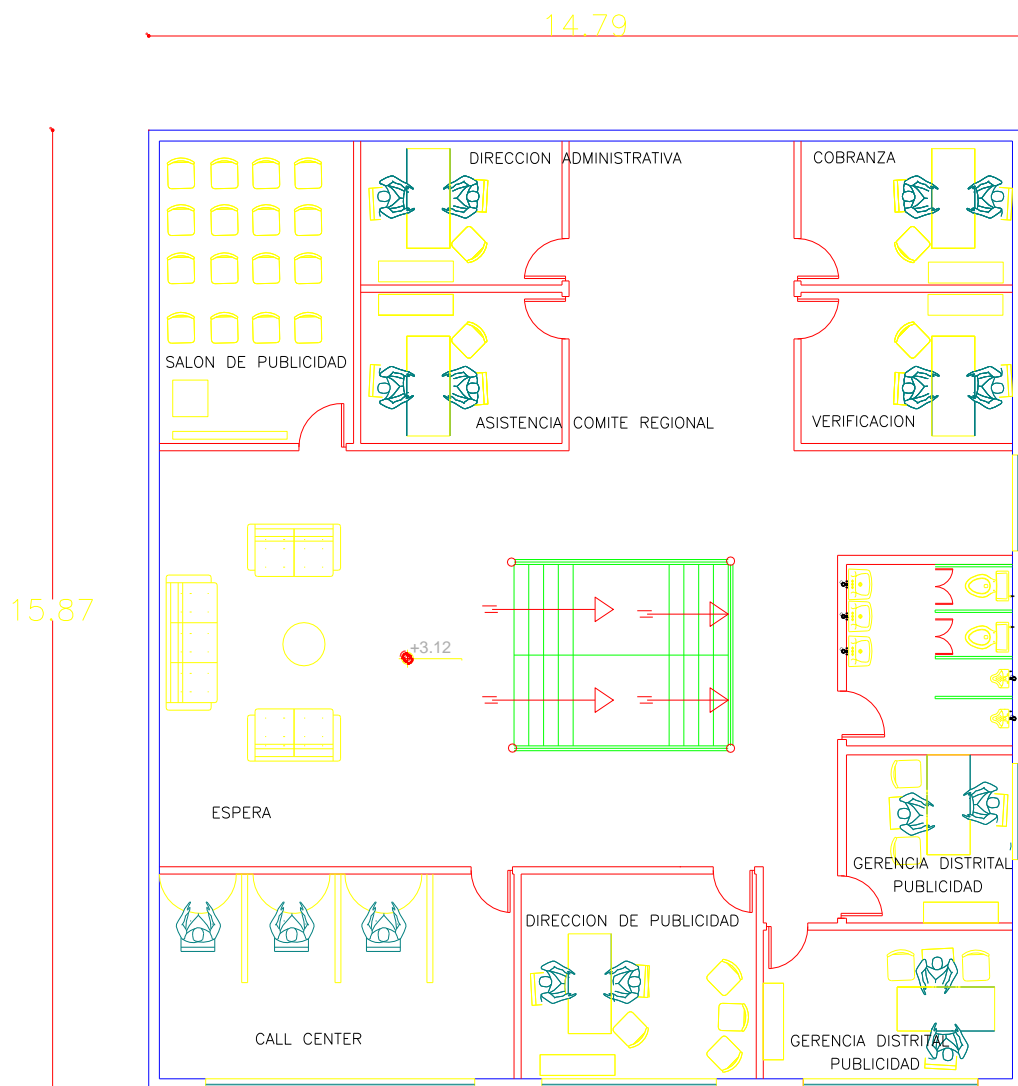
GRÁFICO Nº 39

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA DE LA SUCURSAL KOE



PLANTA BAJA

ESCALA 1 : 100



PLANTA ALTA

ESCALA 1 : 100

3.5 CONCLUSIONES

- a) De acuerdo a los factores analizados en la localización del proyecto se concluyó que la ubicación ideal para la empresa será el barrio Prados del Oriente entre las calles José de la Rea y Av. Diego de Vásquez Cepeda.
- b) De acuerdo al análisis del tamaño del proyecto se estableció que el factor más influyente es la capacidad máxima que tiene la instalación para la prestación del servicio.
- c) En el estudio de la distribución de la planta se concluyó que los factores determinantes serán las dimensiones de los equipos, muebles y enseres que se requerirán en las diferentes áreas de la empresa y la necesidad de cercanía entre cada una de ellas.

CAPÍTULO IV

CAPÍTULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

4.1 INTRODUCCIÓN

El estudio financiero presentará todos los requerimientos monetarios investigados en el estudio de mercado y el estudio técnico para implementar el proyecto. Así también se determinará los ingresos que se obtendrán al ejecutar las actividades económicas, con el fin de disponer de la información necesaria para calcular la rentabilidad que se desarrollará en el siguiente capítulo.

4.2 INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

4.2.1 INVERSIONES

Las inversiones efectuadas antes de la implementación del proyecto, se pueden clasificar en tres grupos.

4.2.1.1 INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

Las inversiones en activos fijos son todas aquellas relacionadas con los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto.¹⁷

¹⁷ SAPAG CHIANG. op.cit.- pág. 233

Se consideran activos fijos a todos los muebles y enseres, equipo de computación y equipo de oficina, necesarios para la adecuación y funcionamiento de la empresa.

En el cuadro que se muestra a continuación, se presenta la información de tallada de la inversión en activos fijos. (Ver Anexo N° 04)

CUADRO N° 31

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS FIJOS	VALOR
MUEBLES Y ENSERES	39.015
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	6.255
EQUIPO DE OFICINA	3.766
TOTAL	49.036

Elaborado por la Autora

4.2.1.2 INVERSIONES EN ACTIVOS INTANGIBLES

Las inversiones en activos intangibles son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.¹⁸

Los rubros que se consideran son: estudios de ingeniería y permisos de funcionamiento municipal.

¹⁸ Ibid.- pág. 233

CUADRO Nº 32

INVERSIONES EN ACTIVOS INTANGIBLES

ACTIVOS INTANGIBLES	VALOR
ESTUDIOS DE INGENIERÍA	2.500
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO BOMBEROS	100
PERMISO PATENTE MUNICIPAL	300
TOTAL	2.900

Elaborado por la Autora

4.2.1.3 CAPITAL DE TRABAJO

La inversión en el capital de trabajo está conformada por el conjunto de recursos necesarios en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo.¹⁹

El capital de trabajo constituye el activo corriente de la empresa, el mismo que está conformado por valores e inversiones, inventarios y cuentas por cobrar.²⁰

En el presente proyecto por el tipo de producto-servicio y la venta directa del mismo, no se requiere capital de trabajo, porque al realizarse la venta inmediatamente la empresa recibe efectivo es decir desde el primer mes de operaciones. Lo único que se requiere dentro del activo corriente es una caja chica de 200 dólares para cubrir gastos menores.

¹⁹ Ibid.- pág. 236

²⁰ BACA URBINA, Gabriel. op.cit.- pág. 168

4.2.1.4 INVERSIÓN TOTAL

La inversión total requerida está conformada por los activos fijos, activos intangibles y la caja chica, que se requieren para la implementación y el funcionamiento del proyecto.

CUADRO N° 33
INVERSIÓN TOTAL

ACTIVOS FIJOS	VALOR
ACTIVOS FIJOS	49.036
ACTIVOS INTANGIBLES	2.900
ACTIVO CORRIENTE (Caja Chica)	200
TOTAL	52.136

Elaborado por la Autora

4.2.1.5 CRONOGRAMA DE INVERSIONES

En un proyecto es conveniente elaborar un cronograma de instalación de la empresa.²¹

Para la implementación de la sucursal de la CORPORACIÓN KOE, las actividades irán desde el alquiler del local, acondicionamiento del local, la compra de muebles y enseres, equipo de computación y equipo de oficina, apertura del local e inicio del servicio, considerando el lapso de tiempo que tarde cada una de las actividades anteriormente señaladas.

²¹ Ibid.- pág. 207

4.2.2 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Para financiar la inversión requerida para la implementación y funcionamiento del presente proyecto, se recurrirá al Banco Pichincha y a la casa matriz de KOE Ecuador.

La casa Matriz de KOE Ecuador financiará el 80% del valor total de la Inversión y el 20% restante será financiado con un préstamo solicitado a una Institución Financiera.

El préstamo que se requiere para cubrir la diferencia de la inversión es de US\$10.900. Dicho préstamo se liquidará en cuotas mensuales iguales de capital de US\$605,56 durante 18 meses, a una tasa de interés del 15,20% anual fijada por el Banco Central del Ecuador.

CUADRO Nº 34

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	VALOR	%
PRÉSTAMO BANCO PICHINCHA	10.900	20%
FINACIAMIENTO CASA MATRIZ	41.236	80%
INVERSIÓN TOTAL	52.136	100%

Elaborado por la Autora

4.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS

La formulación de los presupuestos de ingresos y gastos, sirvió para elaborar los estados financieros, cuya información sustenta las proyecciones del proyecto una vez que se encuentre funcionando normalmente, con el fin de decidir si es conveniente realizar su implementación.

4.3.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Para las estimaciones presupuestarias se consideró los ingresos provenientes de las ventas anuales de los programas de inglés a un precio de 1.399 dólares al contado ó a 1.699 dólares a crédito. Este precio se incrementará en un 3% cada año, para cubrir alzas en los sueldos y gastos.

En el siguiente cuadro se detallan los ingresos de proyecto:

CUADRO N°35

INGRESOS DEL PROYECTO

(en dólares)

PERIODOS	1 ^{er} AÑO		2 ^{do} AÑO		3 ^{er} AÑO		4 ^{to} AÑO		5 ^{to} AÑO	
DEMANDA PARA EL PROYECTO	480		560		640		720		800	
	Plan contado	Plan 12 meses	Plan contado	Plan 12 meses	Plan contado	Plan 12 meses	Plan contado	Plan 12 meses	Plan contado	Plan 12 meses
	144	336	168	392	192	448	216	504	240	560
PRECIO POR PROGRAMA	1.399	1.699	1.441	1.750	1.484	1.803	1.529	1.857	1.575	1.912
INGRESOS POR PLAN	201.456	570.864	242.088	686.000	284.928	807.744	330.264	935.928	378.000	1.070.720
INGRESOS TOTALES	772.320		928.088		1.092.672		1.266.192		1.448.720	

Elaborado por la Autora

4.3.2 PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

Para un funcionamiento normal, el proyecto incurrirá en varios gastos operativos, como son los gastos de administración y los gastos de ventas.

4.3.2.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Entre los gastos administrativos se encuentran todos aquellos en los que la empresa debe incurrir para planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades que se llevarán a cabo.

En este proyecto se consideran como gastos administrativos: sueldos del personal administrativo incluyendo los beneficios legales que correspondan (director administrativo, coordinador académico, secretaria, monitores, ejecutivo de cobranzas, conserje, guardia), arriendo del local, servicios básicos, depreciaciones, mantenimiento de equipo de computación y suministros de oficina. (Ver Anexo N° 05)

CUADRO Nº 36

GASTOS ADMINISTRATIVOS

CONCEPTO	VALOR
SUELDO PERSONAL ADMINISTRATIVO	69.029,04
ARRIENDO	24.000,00
SERVICIOS BÁSICOS	5.184,00
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES	3.438,63
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1.876,31
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA	338,94
GASTO ADECUACIONES OFICINA	2.440
MANTENIMIENTO DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN	187,65
SUMINISTROS DE OFICINA	421,90
INSUMOS DE LIMPIEZA	257,80
AMORTIZACIÓN ACTIVOS INTANGIBLES	580,00
TOTAL	107.754,27

Elaborado por la Autora

4.3.2.2 GASTOS DE VENTAS

Los gastos de ventas son fundamentales en la empresa, pues permitirán que el producto se comercialice en el mercado y de esta forma se obtengan los ingresos esperados.

Entre los gastos de ventas están: sueldo del personal de ventas, telemercaderista, publicidad, depreciaciones y costo del material.

CUADRO Nº 37**GASTOS DE VENTAS**

CONCEPTO	VALOR
SUELDO PERSONAL DE PUBLICIDAD	101.792,16
COSTO DEL MATERIAL (KIT FAST & EASY)	96.360
PUBLICIDAD	52.340
SERVICIOS BÁSICOS	5.400
DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES	72,72
TOTAL	255.964,88

Elaborado por la Autora

4.3.2.3 RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE GASTOS DE VENTAS

Los gastos administrativos y de ventas se incrementarán cada año debido al aumento de las ventas. Los sueldos se incrementarán anualmente en un 5% para motivar al personal.

CUADRO Nº 38**PROYECCIÓN DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS**

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS	1^{er} AÑO	2^{do} AÑO	3^{er} AÑO	4^{to} AÑO	5^{to} AÑO
GASTOS ADMINISTRATIVOS	107.754,27	113141,9835	118799,0827	124739,0368	130975,9886
GASTOS DE VENTAS	255.964,88	268763,124	282201,2802	296311,3442	311126,9114
TOTAL	363.719,15	381.905,11	401.000,36	421.050,38	442.102,90

Elaborado por la Autora

4.3.3 GASTOS FINANCIEROS

Para cubrir el préstamo de US\$10.900 la cuota mensual será de US\$605,56 durante 18 meses, la que incluye el capital y a la cual se le sumará el interés respectivo. (La tabla de amortización encontrará en el Anexo N° 07)

CUADRO N° 39

GASTOS FINANCIEROS

AÑOS	CAPITAL PAGADO	INTERÉS
1	7.266,67	912,39
2	3.633,33	153,01
TOTAL	10.900	1.065,39

Elaborado por la Autora

4.3.4 DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

4.3.4.1 DEPRECIACIONES

Los activos fijos están sujetos a depreciación, porque pierden su valor por el uso o la obsolescencia, en conformidad con los años de vida útil dispuestos por la Ley del Régimen Tributario Interno en el Art. 10 numeral 7, de acuerdo al tipo de activos fijos, como se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 40

ACTIVOS FIJOS	VIDA ÚTIL	PORCENTAJE
MUEBLES Y ENSERES	10	10,00%
EQUIPO DE OFICINA	10	10,00%
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	3	33,33%

Elaborado por la Autora

Los valores residuales de los muebles y enseres, equipo de computación y equipo de oficina, al quinto año de ejecución del proyecto serán los siguientes. (Ver Anexo N° 08)

CUADRO N° 41

VALORES RESIDUALES DE LOS ACTIVOS FIJOS

ACTIVOS FIJOS	VALOR RESIDUAL
MUEBLES Y ENSERES	3.901,50
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	625,50
EQUIPO DE OFICINA	376,60
TOTAL	4.903,60

Elaborado por la Autora

La depreciación anual se calculó con el método de depreciación lineal, aplicando la siguiente fórmula:

$$D = \frac{VC - VR}{VU}$$

Donde:

D = Depreciación anual

UV = Valor de compra

VS = Valor residual

VU = Vida útil

La depreciación anual de los activos fijos se presenta en el siguiente cuadro (Ver Anexo N° 09)

CUADRO N° 42

DEPRECIACIÓN ANUAL DE ACTIVOS FIJOS

CONCEPTO	VALOR
MUEBLES Y ENSERES	3.511,35
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1876,31
EQUIPO DE OFICINA	338,94
TOTAL	5.726,60

Elaborado por la Autora

4.3.4.2 AMORTIZACIONES

Los activos intangibles se amortizan; sin embargo, a diferencia de la depreciación esta afecta únicamente al flujo de caja en la evaluación financiera del proyecto.

En el siguiente cuadro se muestra el porcentaje de amortización que de acuerdo al Art. N° 10 numeral 8 de la Ley de Régimen Tributario Interno, se debe aplicar y los valores de dichas amortizaciones.

CUADRO N° 43

AMORTIZACIÓN DE LOS ACTIVOS INTANGIBLES

CONCEPTO	%	AMORTIZACIÓN ANUAL
ESTUDIOS DE INGENIERÍA	20%	500,00
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO BOMBEROS	20%	20,00
PERMISO PATENTE MUNICIPAL	20%	60,00
TOTAL		580,00

Elaborado por la Autora

4.4 BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

CUADRO Nº 44

CORPORACIÓN KOE

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

Al 01 de enero del 2011

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE	200,00	PASIVO A CORTO PLAZO	
EFFECTIVO EN CAJA	200,00	PRÉSTAMO A CORTO PLAZO	7.266,67
ACTIVOS FIJOS	49.036,00	PASIVO A LARGO PLAZO	
MUEBLES Y ENSERES	39.015,00	PRÉSTAMO A LARGO PLAZO	3.633,33
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	6.255,00	TOTAL PASIVO	10.900,00
EQUIPO DE OFICINA	3.766,00		
ACTIVOS INTANGIBLES	2.900,00	PATRIMONIO	
ESTUDIOS DE INGENIERÍA	2.500,00	CAPITAL SOCIAL	41.236,00
PERMISO DE BOMBEROS	100,00	TOTAL PATRIMONIO	41.236,00
PERMISO PATENTE MUNICIPAL	300,00		
ACTIVO TOTAL	52.136,00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	52.136,00

Elaborado por la Autora

4.5 CONCLUSIONES

- a) De acuerdo al análisis financiero se concluyó que la inversión estará financiada en mayor porcentaje por el capital social, es decir que el porcentaje de la deuda es menor.

- b) En el presente proyecto no se requiere de capital de trabajo porque al realizarse la venta inmediatamente la empresa recibe efectivo es decir desde el primer mes de operaciones.

- c) Se concluyó que la información presentada sobre la inversión, los presupuestos de ingresos y gastos, será la base para realizar la evaluación financiera y tomar la decisión de implementar o no el proyecto.

CAPÍTULO V

CAPÍTULO V

EVALUACIÓN FINANCIERA

5.1 INTRODUCCIÓN

En este capítulo se presentará la información económica del proyecto mediante la presentación de los estados financieros básicos como es el balance general que permitirá conocer el movimiento que tendrá la empresa una vez que esté funcionando y el estado de resultados, el cual sirve de base para el cálculo de los flujos de caja que se utilizan para determinar si un proyecto es o no rentable o viable.

Además de presentarán los criterios de evaluación más comunes son: el VAN (valor actual neto), TIR (tasa interna de retorno), B/C (relación beneficio/costo), el PRR (período real de recuperación), y el índice de cobertura de la deuda. Estos indicadores toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo y según los valores numéricos o el nivel que alcancen, se establece si conviene o no emprender el proyecto.

El estudio de factibilidad financiera no sólo consiste en determinar si el proyecto es o no rentable, sino que debe servir para discernir entre alternativas de acción para poder estar en condiciones de recomendar la aprobación o rechazo del proyecto en virtud de una operación en el grado óptimo de su potencial real.

5.2 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

Los estados financieros que se muestran en los cuadros siguientes, permiten observar la situación de la empresa al término de cada período contable (un año).

5.2.1 BALANCE GENERAL PROYECTADO

CUADRO Nº 45

BALANCE GENERAL PROYECTADO

ACTIVO	1 ^{er} AÑO	2 ^{do} AÑO	3 ^{er} AÑO	4 ^{to} AÑO	5 ^{to} AÑO
ACTIVO CORRIENTE					
EFFECTIVO EN CAJA Y BANCOS	133.928,39	484.577,81	931.585,70	1.477.400,15	2.126.524,52
CUENTAS POR COBRAR	273.000,00	326.144,00	381.472,00	438.984,00	498.680,00
ACTIVOS FIJOS					
MUEBLES Y ENSERES	39.015,00	39.015,00	39.015,00	39.015,00	39.015,00
DEPREC. MUEBLES Y ENSERES	-3.511,35	-7.022,70	-10.534,05	-14.045,40	-17.556,75
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	6.255,00	6.255,00	6.255,00	626,07	626,07
DEPREC. DE EQUIPO COMPUT.	-1.876,31	-3.752,62	-5.628,93		
EQUIPO DE OFICINA	3.766,00	3.766,00	3.766,00	3.766,00	3.766,00
DEPREC. DE EQUIPO OFICINA	-338,94	-677,88	-1.016,82	-1.355,76	-1.694,70
ACTIVOS INTANGIBLES					
ESTUDIOS DE INGENIERÍA	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00
PERMISO BOMBEROS	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
PERMISO PATENTE MUNICIPAL	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
AMORTIZ. ACTIVOS INTANGIB.	-580,00	-1.160,00	-1.740,00	-2.320,00	-2.900,00
ACTIVO TOTAL	452.557,79	850.044,61	1.346.073,90	1.944.970,06	2.649.360,14
PASIVO					
PASIVO CORRIENTE					
15% PARTICIPACIÓN LABORAL	61.153,27	82.336,08	104.251,22	127.625,49	151.922,75
25% DE IMPUESTO A LA RENTA	86.633,80	116.642,78	147.689,23	180.802,78	215.223,90
PRESTAMO BANCO PICHINCHA	3.633,33				
PASIVO TOTAL	151.420,40	198.978,86	251.940,46	308.428,27	367.146,65
PATRIMONIO					
CAPITAL SOCIAL	41.236,00	41.236,00	41.236,00	41.236,00	41.236,00
UTILIDADES ACUMULADAS		259.901,39	609.829,74	1.052.897,45	1.595.305,79
UTILIDAD NETA	259.901,39	349.928,35	443.067,70	542.408,34	645.671,70
TOTAL PATRIMONIO	301.137,39	651.065,74	1.094.133,45	1.636.541,79	2.282.213,49
PASIVO Y PATRIMON. TOTAL	452.557,79	850.044,61	1.346.073,90	1.944.970,06	2.649.360,14

Elaborado por la Autora

5.2.2 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

CUADRO Nº 46

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

PERÍODOS	1 ^{er} AÑO	2 ^{do} AÑO	3 ^{er} AÑO	4 ^{to} AÑO	5 ^{to} AÑO
VENTAS NETAS					
Ventas	772.320,00	928.088,00	1.092.672,00	1.266.192,00	1.448.720,00
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS					
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	107.754,27	110.268,29	115.470,01	119.055,51	124.790,40
Sueldo del personal administrativo	53.472,00	56.145,60	58.952,88	61.900,52	64.995,55
Beneficios Sociales	15.557,04	16.334,89	17.151,64	18.009,22	18.909,68
Arriendo	24.000,00	25.200,00	26.460,00	27.783,00	29.172,15
Servicios básicos	5.184,00	5.443,20	5.715,36	6.001,13	6.301,18
Depreciación de muebles y enseres	3.438,63	3.438,63	3.438,63	3.438,63	3.438,63
Depreciación equipo de computación	1.876,31	1.876,31	1.876,31		
Depreciación de equipo de oficina	338,94	338,94	338,94	338,94	338,94
Adecuaciones Oficina	2.440,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento equipo de computación	187,65	197,03	206,88	217,23	228,09
Suministros de oficina	421,90	443,00	465,14	488,40	512,82
Insumos de limpieza	257,80	270,69	284,22	298,44	313,36
Amortización Activos Intangibles	580,00	580,00	580,00	580,00	580,00
GASTOS DE VENTAS	255.964,88	268.759,49	282.193,83	296.299,88	311.111,24
Sueldo personal de publicidad	84.828,00	89.069,40	93.522,87	98.199,01	103.108,96
Beneficios Sociales	16.964,16	17.812,37	18.702,99	19.638,14	20.620,04
Costo del material (Kit Fast & Easy)	96.360,00	101.178,00	106.236,90	111.548,75	117.126,18
Publicidad	52.340,00	54.957,00	84.828,00	60.590,09	63.619,60
Servicios básicos	5.400,00	5.670,00	16.964,16	6.251,18	6.563,73
Depreciación de muebles y enseres	72,72	72,72	72,72	72,72	72,72
GASTOS FINANCIEROS	912,39	153,01	0,00	0,00	0,00
Intereses Préstamos Bancarios	912,39	153,01			
UTILIDAD EN OPERACIÓN	407.688,46	548.907,21	695.008,16	850.836,61	1.012.818,36
UTILIDAD ANTES DE PARTIC. LAB.	407.688,46	548.907,21	695.008,16	850.836,61	1.012.818,36
15% Participación Laboral	61.153,27	82.336,08	104.251,22	127.625,49	151.922,75
UTILIDAD ANTES DEL IMP. RENTA	346.535,19	466.571,13	590.756,94	723.211,12	860.895,60
25% Impuesto a la Renta	86.633,80	116.642,78	147.689,23	180.802,78	215.223,90
UTILIDAD NETA	259.901,39	349.928,35	443.067,70	542.408,34	645.671,70

Elaborado por la Autora

5.3 ÍNDICES FINANCIEROS

El análisis de los índices financieros considera el valor del dinero a través del tiempo. Un buen análisis financiero es una de las claves para el éxito de una empresa.²²

Los índices financieros se calculan a partir de la información contenida en el balance general y el estado de resultados en uno o varios períodos.

Los cinco tipos básicos utilizados son: índices de liquidez, índices de apalancamiento, índices de actividad, índices que miden la capacidad de pago e índices de rentabilidad.

5.3.1 ÍNDICES DE LIQUIDEZ

Los índices de liquidez miden la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

a) Índice de Solvencia

Esta razón corriente es la más empleada para medir la solvencia a corto plazo, ya que indica a que grado es posible cubrir las deudas solo con los activos que se convierten en efectivo a corto plazo.²³

$$\text{Índice de Solvencia (Razón Corriente)} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

²² Ibid.- pág.223

²³ Ibid.- pág.225

b) Índice de Liquidez (Prueba Ácida)

Esta razón mide la capacidad de la empresa para pagar las obligaciones a corto plazo sin recurrir a la venta de inventarios, se considera que uno es un buen valor para la prueba ácida.²⁴

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

5.3.2 ÍNDICES DE APALANCAMIENTO

Los Índices de Apalancamiento miden el grado en que la empresa se ha financiado por medio de la deuda.

a) Índice de Solidez

Esta razón mide el porcentaje total de fondos provenientes de instituciones de crédito. Mientras menor sea la participación de pasivo total en el financiamiento del activo total, menor es el riesgo financiero de la empresa, mayor es el margen de garantía y seguridad para los acreedores actuales y potenciales y mayor también la capacidad de endeudamiento adicional para atender negativamente en la rentabilidad sobre el patrimonio.²⁵

²⁴ Ibid.- pág.225

²⁵ Ibid.- pág.225

$$\text{Índice de Solidez} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

b) Índice de Pasivo a Largo Plazo a Capital Permanente

Esta razón mide la relación que existe entre el pasivo a largo plazo y el total de fuentes de fondos permanentes o de largo plazo, es conveniente que el pasivo a largo plazo no represente en promedio más del 50% del total de capital permanente. Esto garantiza que los activos fijos estén adecuadamente financiados.²⁶

$$\begin{array}{l} \text{Índice de Pasivo a Largo Plazo} \\ \text{a Capital Permanente} \end{array} = \frac{\text{Pasivo a Largo Plazo}}{\text{Pasivo a Largo Plazo} + \text{Patrimonio}}$$

5.3.3 ÍNDICES DE ACTIVIDAD

Este tipo de tasas no se deben aplicar en la evaluación de un proyecto ya que, como su nombre lo indica mide la efectividad de la actividad empresarial. Existen las razones siguientes:

- a) Rotación del Inventario
- b) Rotación de cuentas por cobrar
- c) Rotación de activos totales

²⁶ SAENZ Rodrigo.- Manual de Preparación y Evaluación de Proyectos.- 2da. Edición.- agosto 2002.- pág. 167

- d) Rotación de materia prima
- e) Rotación de cuentas por pagar

5.3.4 ÍNDICES QUE MIDEN LA CAPACIDAD DE PAGO

a) Índice de Cobertura de intereses

Indica en promedio el número de dólares que han estado disponibles para cancelar cada dólar de intereses de deudas vigentes, se requiere de un índice de valor alto para que quede un saldo suficiente para otros compromisos.²⁷

$$\text{Índice de Cobertura de Intereses} = \frac{\text{Utilidad en operación + Depreciaciones}}{\text{Total de Intereses}}$$

b) Índice de Cobertura Total

Indica en promedio el número de dólares que han estado disponibles para cancelar cada dólar de intereses y cuotas de principal de deudas vigentes. Se requiere de un índice de valor alto, para que quede un saldo en fondo.

$$\text{Índice de Cobertura Total} = \frac{\text{Utilidad en operación + Depreciaciones - Participación Laboral - Impuesto a la Renta}}{\text{Pagos de Principal + Intereses}}$$

²⁷ BACA URBINA, Gabriel. op.cit.- pág.226

5.3.5 ÍNDICES DE RENTABILIDAD

La rentabilidad es el resultado neto de un gran número de políticas y decisiones. En realidad, Las tasas de este tipo revelan la eficiencia con la que se administra la empresa.

a) Rentabilidad Global

Mide la remuneración media que la empresa ha logrado por el uso productivo de las fuentes de financiamiento y es igual al margen neto en ventas por la rotación del activo total. Esta rentabilidad global debe ser mayor que el costo promedio ponderado de capital.

$$\text{Rentabilidad Global} = \frac{\text{Utilidad Neta} + \text{Intereses}}{\text{Activo Total}}$$

b) Rentabilidad Sobre el Patrimonio

Mide la rentabilidad contable que la empresa brinda a sus accionistas por haber arriesgado su capital (Patrimonio), la cual debe ser mayor a la que se obtendría en una inversión alternativa de igual riesgo, se sugiere que sea mayor que el costo de los recursos propios.

$$\text{Rentabilidad Sobre el Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

5.3.6 ÍNDICES FINANCIEROS DEL PROYECTO

A partir de los estados financieros, se calculó los índices financieros del proyecto para el primer año de funcionamiento y sus resultados se presentan a continuación:

CUADRO Nº 47

**ÍNDICES FINANCIEROS DEL PROYECTO AL PRIMER AÑO DE
FUNCIONAMIENTO**

ÍNDICES	VALORES
ÍNDICES DE LIQUIDEZ	
Índice de Solvencia	2,69 veces
ÍNDICES DE APALANCAMIENTO	
Índice de Solidez	33,46%
ÍNDICES QUE MIDEN LA CAPACIDAD DE PAGO	
Índice de Cobertura de intereses	453,11 veces
Índice de Cobertura Total	32,48 veces
ÍNDICES DE RENTABILIDAD	
Rentabilidad Global	57,63%
Rentabilidad Sobre el Patrimonio	84,37%

Elaborado por la Autora

El índice de solvencia indica que la empresa en el primer año de funcionamiento, podrá cubrir 2,69 veces cada dólar de deuda que conforma el pasivo corriente.

El índice de solidez muestra que el 33,46% de los activos fijos serán financiados a través del préstamo y la empresa tendrá una capacidad de endeudamiento adicional del 66,54% para realizar reinversiones.

El cálculo del índice de cobertura de intereses del proyecto, indica que la empresa generará un ingreso suficiente para cubrir 453,11 veces el valor de los intereses que se pagará, como costo del préstamo realizado.

El índice de cobertura total del proyecto muestra que la empresa tendrá la capacidad de cubrir 32,48 veces cada dólar de intereses y de cuotas para pagos de principal.

La rentabilidad que obtendrá la empresa por el uso de sus activos fijos será del 57,63%, este es un porcentaje que justifica la inversión para la implementación del proyecto.

El índice de rentabilidad sobre el patrimonio indica que el proyecto tendrá una rentabilidad contable del 84,37% sobre el capital o patrimonio invertido por la casa matriz, lo que representa un porcentaje alto frente a otro tipo de inversiones.

5.4 FLUJOS DE CAJA DEL PROYECTO

Los flujos de caja que se utilizan para evaluar proyectos de inversión a largo plazo, se estructuran a partir de la proyección anual y detallada del Estado de Pérdidas y Ganancias para los años de duración o vida útil del proyecto, es decir, el período en el cual el proyecto está en capacidad de generar flujos de caja en niveles rentables o hasta cuando duren físicamente los principales y más costosos activos, o hasta el límite que imponga la vida económica del producto que elabore el proyecto.²⁸

Se consideraron los ingresos provenientes de la venta de programas de inglés, deduciendo los gastos de administración y ventas, de esto resulta la

²⁸ SAPAG CHIANG, Nassir y Reinaldo.- Preparación y Evaluación de Proyectos.- Editorial Mc Graw Hill.- 4ta. Edición.- Santiago (Chile), 2000.- pág. 265

utilidad operacional, se dedujeron el 15% de participación laboral, el 25% de impuesto a la renta y se adicionó las depreciaciones y amortizaciones.

CUADRO Nº 48

FLUJO DE CAJA NETO

CONCEPTO	1 ^{er} AÑO	2 ^{do} AÑO	3 ^{er} AÑO	4 ^{to} AÑO	5 ^{to} AÑO
VENTAS	772.320,00	928.088,00	1.092.672,00	1.266.192,00	1.448.720,00
INGRESOS	551.456,00	874.944,00	1.037.344,00	1.208.680,00	1.389.024,00
Cobranza Contado	201.456,00	242.088,00	284.928,00	330.264,00	378.000,00
Cobranza Cuota Inicial (Venta Diferida)	66.864,00	83.888,00	103.488,00	125.496,00	150.080,00
Cobranza Diferida (12 meses)	231.000,00	548.968,00	648.928,00	752.920,00	860.944,00
Préstamo Banco Pichincha	10.900,00				
Transferencia Casa Matriz	41.236,00				
EGRESOS	417.527,61	376.507,52	391.357,24	410.925,10	431.471,35
ADMINISTRACIÓN					
Adquisición Activos Fijos	49.036,00				
Estudios de Ingeniería	2.500,00				
Permiso Funcionamiento Bomberos	100,00				
Permiso Patente Municipal	300,00				
Nómina	53.472,00	56.145,60	58.952,88	61.900,52	64.995,55
Beneficios Sociales	15.557,04	16.334,89	17.151,64	18.009,22	18.909,68
Arriendo	24.000,00	25.200,00	26.460,00	27.783,00	29.172,15
Servicios básicos	5.184,00	5.443,20	5.715,36	6.001,13	6.301,18
Adecuaciones Oficina	2.440,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento de equipo de computación	187,65	197,03	206,88	217,23	228,09
Suministros de oficina	421,90	443,00	465,14	488,40	512,82
Insumos de limpieza	257,80	270,69	284,22	298,44	313,36
Capital Préstamo B.Pichincha	7.266,67	3.633,33			
VENTAS					
Sueldo personal de publicidad	84.828,00	89.069,40	93.522,87	98.199,01	103.108,96
Beneficios Sociales	16.964,16	17.812,37	18.702,99	19.638,14	20.620,04
Costo del material (Kit Fast & Easy)	96.360,00	101.178,00	106.236,90	111.548,75	117.126,18
Publicidad	52.340,00	54.957,00	57.704,85	60.590,09	63.619,60
Servicios básicos	5.400,00	5.670,00	5.953,50	6.251,18	6.563,73
FINANCIEROS					
Intereses Préstamo B.Pichincha	912,39	153,01			
GASTOS QUE NO SON EGRESO EFE.	6.306,60	6.306,60	6.306,60	4.430,29	4.430,29
Depreciaciones y Amortizaciones	6.306,60	6.306,60	6.306,60	4.430,29	4.430,29
UTILIDAD EN OPERACIÓN	355.752,46	548.907,21	695.008,16	850.836,61	1.012.818,36
15% Participación Laboral		61.153,27	82.336,08	104.251,22	127.625,49
25% Impuesto a la Renta		86.633,80	116.642,78	147.689,23	180.802,78
FLUJO DE CAJA NETO	133.928,39	498.436,48	645.986,76	797.754,90	957.552,65
SALDO DISPONIBLE BANCOS	133.928,39	632.364,87	1.278.351,64	2.076.106,54	3.033.659,18

Elaborado por la Autora

5.5 ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y las ventas totales de la empresa.

Se debe mencionar que ésta no es una técnica para evaluar la rentabilidad de una inversión, sino que es una referencia importante a tomar en cuenta.

El sólo cálculo del punto de equilibrio tiene algunas desventajas, no considera la inversión inicial que da origen a los beneficios proyectados, por lo que no es una herramienta de evaluación económica. Es difícil delimitar con exactitud si ciertos costos se clasifican como fijos o como variables, y esto es muy importante, pues mientras los costos fijos sean menores se alcanzará más rápido el punto de equilibrio. Es inflexible en el tiempo, esto es, el equilibrio se calcula con unos costos dados, pero si éstos cambian, también lo hace el punto de equilibrio.²⁹

Sin embargo, la utilidad que se le da es que es posible calcular con mucha facilidad el punto mínimo de ventas de una empresa, para no incurrir en pérdidas.

El punto de equilibrio es el nivel en el que las ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables. Para realizar el cálculo se requiere clasificar los costos en fijos y variables.

²⁹ BACA URBINA, Gabriel. op.cit.- pág.227

Los costos fijos son aquellos que no dependen del volumen de producción y permanecen constantes, los costos que se consideraron en este rubro son los siguientes: depreciaciones, mantenimiento de equipos, sueldo del personal administrativo.

CUADRO Nº 49

COSTOS FIJOS

PERÍODOS	1 ^{er} AÑO	2 ^{do} AÑO	3 ^{er} AÑO	4 ^{to} AÑO	5 ^{to} AÑO
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	107.174,27	109.429,09	114.358,65	117.658,38	123.093,22
Sueldo del personal administrativo	56.555,76	59.383,55	62.352,73	65.470,36	68.743,88
Beneficios Sociales	12.473,28	13.096,94	13.751,79	14.439,38	15.161,35
Arriendo	24.000,00	25.200,00	26.460,00	27.783,00	29.172,15
Servicios básicos	5.184,00	5.184,00	5.184,00	5.184,00	5.184,00
Depreciación de muebles y enseres	3.438,63	3.438,63	3.438,63	3.438,63	3.438,63
Depreciación de equipo de computación	1.876,31	1.876,31	1.876,31		
Depreciación de equipo de oficina	338,94	338,94	338,94	338,94	338,94
Adecuaciones Oficina	2.440,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento de equipo de	187,65	197,03	206,88	217,23	228,09
Suministros de oficina	421,90	443,00	465,14	488,40	512,82
Insumos de limpieza	257,80	270,69	284,22	298,44	313,36
GASTOS DE VENTAS	5.472,72	5.742,72	6.026,22	6.323,90	6.636,45
Depreciación de muebles y enseres	72,72	72,72	72,72	72,72	72,72
Servicios básicos	5.400,00	5.670,00	5.953,50	6.251,18	6.563,73
GASTOS FINANCIEROS	8.179,05	3.786,34			
TOTAL COSTOS FIJOS	120.826,04	118.958,15	120.384,87	123.982,28	129.729,67

Elaborado por la Autora

Los costos variables son aquellos que dependen del volumen de ventas, en el presente proyecto, entre estos rubros se consideró los sueldos del personal de publicidad, costos del material y publicidad.

CUADRO Nº 50

COSTOS VARIABLES

PERÍODOS	1 ^{er} AÑO	2 ^{do} AÑO	3 ^{er} AÑO	4 ^{to} AÑO	5 ^{to} AÑO
Sueldo personal de publicidad	84.828,00	89.069,40	93.522,87	98.199,01	103.108,96
Beneficios Sociales	16.964,16	17.812,37	18.702,99	19.638,14	20.620,04
Costo del material (kit Fast & Easy)	96.360,00	101.178,00	106.236,90	111.548,75	117.126,18
Publicidad	52.340,00	54.957,00	57.704,85	60.590,09	63.619,60
TOTAL COSTOS VARIABLES	250.492,16	263.016,77	276.167,61	289.975,99	304.474,78

Elaborado por la Autora

Tomando en cuenta los ingresos detallados en el capítulo anterior, se calculó el punto de equilibrio para cada año de funcionamiento de la sucursal de la Corporación Koe.

El Punto de Equilibrio Contable se determinó utilizando la siguiente expresión:

$$PE(Contable) = \frac{CFT_c}{1 - \frac{CVT}{VENTAS}}$$

PE_c = Punto de Equilibrio Contable

CFT= Costos fijos totales

VT = Ventas totales

CVT= Costos variables totales

Una vez que se determine el punto de equilibrio contable, se debe establecer el Margen de Seguridad Contable (%) (MgS) que representa lo que la empresa podría reducir su nivel de actividad antes de que empiece a perder en términos contables.

$$MgS(\%) = 1 - \frac{PE(Contable)}{VENTAS}$$

CUADRO Nº 51

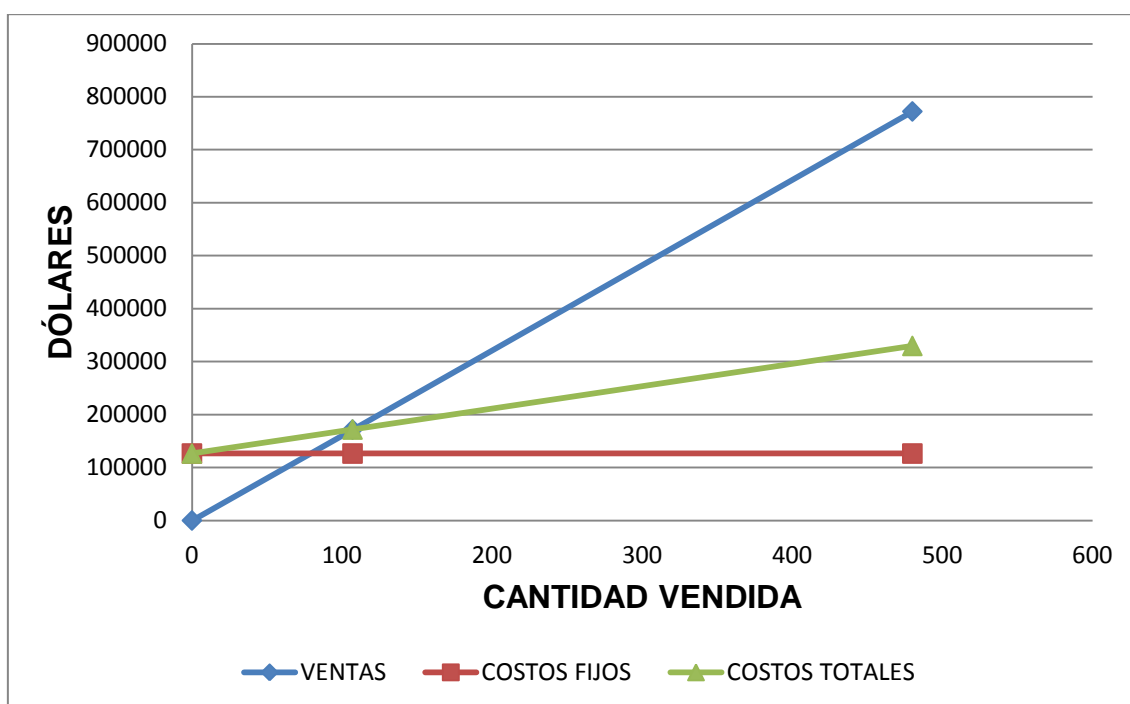
PUNTO DE EQUILIBRIO CONTABLE

PERÍODOS	1 ^{er} AÑO	2 ^{do} AÑO	3 ^{er} AÑO	4 ^{to} AÑO	5 ^{to} AÑO
En dólares	178825,97	166002,72	161102,84	160810,08	164249,73
Como porcentaje de las ventas totales	23,15%	17,89%	14,74%	12,70%	11,34%
Margen de seguridad contable (MgS)	76,85%	82,11%	85,26%	87,30%	88,66%
Cantidad vendida de equilibrio	112	101	95	92	91

Elaborado por la Autora

GRÁFICO Nº 40

PUNTO DE EQUILIBRIO DEL PRIMER AÑO



Los resultados indican que al vender 112 programas de inglés, se recibirán ingresos de 178.825,97 dólares anualmente. Con este volumen de ventas la Corporación Koe no tendrá ni pérdidas ni ganancias.

5.6 TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RETORNO

Para la determinación de la tasa mínima aceptable de retorno (TMAR) del proyecto, se consideró la tasa pasiva fijada por el Banco Central del Ecuador para el 01 de junio del 2011 en 4,58% y el riesgo país para el 06 de mayo del 2011 en 793 puntos que equivalen al 7,93%. Resultando una TMAR de 12,51%. Estos datos se detallan en el siguiente cuadro.

CUADRO Nº 52

TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RETORNO (TMAR)

COMPONENTES	TMAR
TASA PASIVA	4,58%
RIESGO PAÍS	7,93%
TOTAL	12,51%

5.7 CÁLCULO DE LA TASA PERTINENTE DE DESCUENTO DE LOS FLUJOS DE CAJA.

Los métodos adecuados para evaluar proyectos de inversión a largo plazo, consideran el valor del dinero en el tiempo y comparan valores homogéneos sometiendo a los flujos de caja a un proceso de descuento, con esto se sitúa todos los valores del flujo de caja en un mismo punto de origen, es decir, en el que se realiza la inversión total, con lo cual es posible comparar correctamente los valores.

La tasa de descuento que se utiliza para determinar el valor actualizado de los flujos de caja se denomina Costo promedio Ponderado de Capital (Kp),

la cual es la mínima que se debería exigir en un proyecto para que éste pueda ejecutarse sin que la futura empresa pierda valor en el mercado.

El costo promedio ponderado del capital es igual a la media aritmética ponderada de los costos nominales de las fuentes de financiación utilizadas por el proyecto para cubrir la inversión total.

$$K_p = K_e * W_e + K_d * W_d$$

K_p Costo promedio ponderado de capital o tasa pertinente de descuento.

K_e Costo de los recursos propios, incluido el riesgo previsto en el proyecto (TMAR).

K_d Costo nominal de la deuda o tasa de interés pactada.

W_e Participación relativa (%) de los recursos propios en el financiamiento del proyecto.

W_d Participación relativa (%) de la deuda en el financiamiento del proyecto.

CUADRO Nº 53

COSTO PONDERADO DE CADA FUENTE

CONCEPTO	VALOR EN \$	% DE PARTICIPACIÓN	TASA NOMINAL DE INTERÉS	COSTO PONDERADO DE CADA FUENTE
Pasivo de largo plazo	10.900	20%	11,23%	2,25%
Capital social	41.236	80%	12,51%	10,01%
TOTAL DEL FINANCIAMIENTO	52.136	100%	K_p = 12,26%	

Elaborado por la Autora

La tasa pertinente de descuento (K_p) que se utilizará para calcular el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR), es del 12,26%.

5.8 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor actual Neto (VAN) es la diferencia entre el valor actual de los flujos de caja y el valor actual de la inversión total del proyecto.

La fórmula es la siguiente:

$$VAN = \frac{FNC1}{(1+K_p)^1} + \frac{FNC2}{(1+K_p)^2} + \dots + \frac{FNC_n}{(1+K_p)^n} - INVERSIÓN$$

Para tomar la decisión de aceptar o no el proyecto, se considera el criterio que si el Valor Actual Neto es positivo (es decir > 0) se puede aceptar y emprender el proyecto, en caso contrario, se debe rechazar.

CUADRO Nº 54

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

PERÍODOS	1 ^{er} AÑO	2 ^{do} AÑO	3 ^{er} AÑO	4 ^{to} AÑO	5 ^{to} AÑO
FLUJO DE FONDOS NETO	133.928,39	498.436,48	645.986,76	797.754,90	957.552,65
TASA PERTINENTE DE DESCUENTO	12,26	12,26	12,26	12,26	12,26
VALOR ACTUAL DE LOS FLUJOS DE CAJA	119.301,97	395.512,07	456.613,24	502.307,11	537.078,14
FLUJOS DE CAJA ACUMULADOS	119.301,97	514.814,04	971.427,28	1.473.734,40	2.010.812,53
SUMA DE FONDOS ACTUALIZADOS	2.010.812,53				
COSTO DE LA INVERSIÓN	52.136				
VALOR ACTUAL NETO	1.958.676,53				

Elaborado por la Autora

5.9 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La Tasa Interna de Retorno TIR o Tasa Interna de Rentabilidad, constituye otro método ajustado en el tiempo para evaluar inversiones. Se define como la tasa de descuento que hace que el valor actual neto del proyecto sea cero, es decir, que el valor presente de los flujos de caja sea igual a la inversión total.

La expresión general o fórmula de la Tasa Interna de Retorno es:

$$\frac{FNC1}{(1+TIR)^1} + \frac{FNC2}{(1+TIR)^2} + \dots + \frac{FNCn}{(1+TIR)^n} - INVERSIÓN = 0$$

El criterio de decisión cuando se utiliza la tasa interna de retorno es el siguiente: Si la TIR es mayor que Kp, se debe aceptar el proyecto, en caso contrario rechazarlo.³⁰

CUADRO Nº 55

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

PERÍODOS	1 ^{er} AÑO	2 ^{do} AÑO	3 ^{er} AÑO	4 ^{to} AÑO	5 ^{to} AÑO
FLUJO DE FONDOS NETO	133.928,39	498.436,48	645.986,76	797.754,90	957.552,65
INVERSIÓN	52.136,00				
TIR	407,71%				

Elaborado por la Autora

³⁰ SAENZ Rodrigo.- Manual de Preparación y Evaluación de Proyectos.- 2da. Edición.- agosto 2002.-
pág.167

5.10 PERÍODO REAL DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRR)

Período Real de Recuperación (PRR), es el tiempo que tarda exactamente el proyecto en recuperar la inversión total, en función de los flujos de caja actualizados que genera el proyecto durante su duración o vida útil que para el caso del proyecto es de 5 años. Este índice no es un criterio de rentabilidad sino de liquidez y de velocidad de recuperación de la inversión.

De acuerdo al resultado la inversión se recuperará en 5 meses 7 días.

CUADRO Nº 56

PERÍODO REAL DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

PERÍODOS	1 ^{er} AÑO	2 ^{do} AÑO	3 ^{er} AÑO	4 ^{to} AÑO	5 ^{to} AÑO
VALOR ACTUAL DE LOS FLUJOS DE CAJA	119.301,97	395.512,07	456.613,24	502.307,11	537.078,14
FLUJOS DE CAJA ACUMULADOS	119.301,97	514.814,04	971.427,28	1.473.734,39	2.010.812,53
COSTO DE LA INVERSIÓN	52.136				
PERIODO DE RECUPERACIÓN (AÑOS)	0,44				
PERIODO DE RECUPERACIÓN (MESES)	5,24				

Elaborado por la Autora

5.11 RELACIÓN BENEFICIO – COSTO (B/C)

El Método de la relación del Beneficio Costo, indica que porcentaje de ganancia se obtiene respecto al costo que implica la implementación de del presente proyecto. Para Obtener este indicador, se divide la suma de los flujos de caja acumulados para la inversión total.

En este caso el criterio de decisión es que si la razón B/C es mayor que la unidad ($B/C > 1$) se debe aceptar el proyecto, caso contrario se rechazará.

CUADRO Nº 57

RELACIÓN BENEFICIO – COSTO

CONCEPTO	VALOR
Σ FLUJOS DE CAJA ACUMULADOS	2.010.812,53
COSTO DE LA INVERSIÓN	52.136,00
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO (B/C)	38,57

Elaborado por la Autora

5.12 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Las decisiones de inversión en un proyecto de inversión a largo plazo requieren que se tome en cuenta cuatro elementos básicos: Dinero, Tiempo, Rentabilidad y Riesgo.

Es de suma importancia realizar un análisis de las variaciones que se pueden presentar en los resultados de la evaluación financiera al modificar algunas variables inciertas que se han identificado como estratégicamente significativas. A esta modalidad de análisis se la conoce con el nombre de Análisis de Sensibilidad. Se analizará también los cambios que se den en el punto de equilibrio debido a que estos sirven para medir el índice de riesgo de la inversión.

Para el presente proyecto se tomó en cuenta como variable principal la demanda de los programas de inglés y consecuentemente el valor de los costos variables que dependen del volumen de ventas.

Bajo este esquema se han identificado tres escenarios, un pesimista en el cual se asume que la demanda disminuirá en un 20%, un escenario normal en el que la demanda será igual al tamaño establecido para el proyecto y

finalmente un escenario optimista en el cual la demanda se incrementará en un 20%. Como se mencionó anteriormente, los costos variables fluctuarán en los mismos porcentajes.

En el siguiente cuadro se detallan las cantidades demandas en dichos escenarios y los efectos que tienen las variaciones de la demanda en los criterios de evaluación financiera, además la probabilidad de que se presente estas situaciones.

CUADRO Nº 58
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

ESCENARIOS	DEMANDA	VAN	TIR	PE	PROBABILIDAD DE OCURRENCIA
OPTIMISTA	576	2.445.081,93	502,48	20,19	15%
NORMAL	480	1.958.676,53	407,71	23,15	50%
PESIMISTA	400	1.553.338,71	328,86	29,08	35%

Elaborado por la Autora

Los flujos de caja netos y el flujo de caja neto promedio para los tres escenarios considerados, son los siguientes:

CUADRO Nº 59
FLUJO DE CAJA PROMEDIO

ESCENARIOS	PROBABILIDAD	FLUJOS DE CAJA NOMINALES				
		1 ^{er} AÑO	2 ^{do} AÑO	3 ^{er} AÑO	4 ^{to} AÑO	5 ^{to} AÑO
OPTIMISTA	15%	183.693,96	620.821,93	798.222,04	981.495,70	1.174.462,49
NORMAL	50%	133.928,39	498.436,48	645.986,76	797.754,90	957.552,65
PESIMISTA	35%	92.457,08	396.448,61	519.124,03	644.637,57	776.794,44
FLUJO DE CAJA PROMEDIO		136.693,14	505.235,67	654.444,28	807.962,72	969.603,19

Elaborado por la Autora

El valor actual neto para cada escenario, así como su desviación estándar y el valor actual neto promedio se muestran en el siguiente cuadro:

CUADRO Nº 60

DESVIACIÓN ESTÁNDAR Y VALOR ACTUAL NETO PROMEDIO

ESCENARIOS	PROBABILIDAD	VAN _i	VAN _i - VAN _p	(VAN _i – VAN _p) ² *P _i
OPTIMISTA	15%	2.445.081,93	459.382,87	31.654.893.361,95
NORMAL	50%	1.958.676,53	-27.022,52	365.108.412,21
PESIMISTA	35%	1.553.338,71	-432.360,35	65.427.414.342,78
			VARIANZA	97.447.416.116,94
	VAN_p	1.985.699,06	SVAN	312.165,69

Elaborado por la Autora

Cuando la distribución de probabilidad de los flujos netos de caja de un proyecto se aproximan a la distribución normal, es posible evaluar el riesgo calculando la probabilidad (%) de que el VAN del proyecto asuma un valor específico. Para realizar el cálculo de dicha probabilidad se utiliza la siguiente fórmula:

$$Z = \frac{X - VAN_p}{SVAN}$$

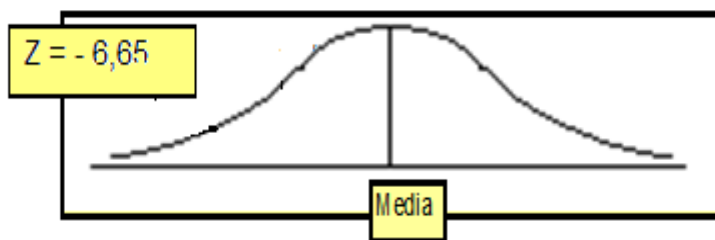
En el caso de proyectos de inversión a largo plazo, el principal criterio de decisión se relaciona con el cálculo del VAN y específicamente un proyecto se considera no viable económicamente si el VAN es menor que cero.

Es necesario determinar la probabilidad de que el VAN alcance un valor cero; en consecuencia el valor de la variable X es Cero.

El valor de Z indica el número de desviaciones estándar, a la izquierda o a la derecha del Valor Actual Neto Promedio (VANp), a partir del Valor Actual Neto especificado.

El resultado obtenido significa que el VAN tendrá un valor de cero, a una distancia de 6,65 desviaciones estándar a la izquierda del valor actual neto promedio (VANp).

GRÁFICO N° 41
DESVIACIÓN ESTÁNDAR



Con la Tabla de Áreas Bajo la Distribución de Probabilidad Normal, se puede determinar que el área a la izquierda de $Z = -6,65$ es 0,0000000; lo que significa que la probabilidad que el Van asuma un valor de cero o negativo es del 0%.

5.13 RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN

CUADRO Nº 61

CRITERIOS DE DECISIÓN

ÍNDICES DE EVALUACIÓN	VALOR	CRITERIO DE DECISIÓN
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	1.958.676,53	SI es Viable
RELACIÓN BENEFICIO / COSTO (B/C)	38,57	SI es Viable
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) (%)	407,71%	SI es Viable
PERIODO REAL DE RECUPERACIÓN (MESES)	5,24	SI es Viable
ÍNDICES DE COBERTURA DE LA DEUDA	>1	SI

Elaborado por la Autora

CUADRO Nº 62

COBERTURA DE LA DEUDA

CONCEPTO	Primer Año	Segundo Año	Tercer Año	Cuarto Año	Quinto Año
FLUJO NETO DE CAJA NOMINAL (1)	254.892,57	302.764,39	334.280,89	356.493,66	372.314,22
PAGOS DE LOS INTERESES	13.806,67	1.932,93			
PAGOS DEL CAPITAL	7.266,72	3.633,33			
DIVIDENDO TOTAL (2)	21.073,39	5.566,26			
INDICE DE COBERTURA DE LA DEUDA	12,10	54,39			

Elaborado por la Autora

5.14 CONCLUSIONES

- a) Según el análisis del punto de equilibrio se concluyó que el proyecto es viable, pues alcanza este punto al lograr el 23,15% de sus ventas totales, logrando cubrir de esta forma todos los gastos. A pesar de que este no es un criterio para medir la rentabilidad, indica la venta mínima que debe realizar la empresa para no presentar ni pérdidas ni ganancias al finalizar un periodo contable.

- b) De acuerdo a la evaluación del proyecto se concluyó que en base a los resultados obtenidos del análisis de los diferentes criterios, el proyecto para la apertura de una sede de Koe al norte de la ciudad de Quito es viable, pues el Valor Actual Neto será positivo, la relación beneficio costo será mayor que uno, la tasa interna de retorno (TIR) será 407,71% mayor que la tasa pertinente ($K_p = 12,26\%$), el periodo de recuperación de capital será de cinco meses trece días es decir menor a la vida del proyecto y la tasa de cobertura será mayor que uno.

6. GLOSARIO

Actividades Educativas: Se asemejan a juegos como el monopolio, la rueda.

Aprendizaje Tradicional: Aprender inglés con métodos antiguos.

Asociación por Colores: Técnica de retención para facilitar el aprendizaje.

EPA: Quiere decir ejercitación previa autónoma.

Etapas de Perfeccionamiento: Etapas en las que se prepara al para el TOEFL.

Fast and Easy: Método para enseñar inglés, significa Rápido y Fácil.

Fórmula Perfecta: Es la estructura que permite expresar algo.

Functional English: Significa Inglés Funcional.

Intérprete del Idioma: Es la persona que entiende y habla inglés.

JOM: Significa Jesús Oviedo Mendiwelson

Kit Fast and Easy: Material que se utiliza para aprender inglés (Libros y Cd's)

KOE: Significa Knowledge of English (Conocimiento del Inglés)

Libro de Práctica: Libro para ejercitar la monitoría que se recibió.

Libro Guía: Contiene lo que se va dar en cada monitoría y se debe escuchar.

Manual: Guía que explica como se hace la ejercitación previa autónoma.

Metodología: Es el proceso que se sigue para enseñar inglés.

Módulos: Es en lo que se subdivide el programa básico e intermedio.

Monitor: Es el profesor que enseña inglés.

Monitorías: Es la clase de inglés que los monitores imparten.

Programa Básico: El usuario habla inglés como un niño.

Programa Intermedio: El usuario habla y escribe inglés como un adolescente.

Programa Avanzado: El usuario habla y escribe inglés como un adulto.

Promesa Básica: Enseñar inglés en 9 meses, lo mínimo con lo que se cumple.

Reservas en Línea: Consiste en elegir y separar el horario de asistencia mediante la página de internet de Koe.

Sesión de Apertura: Monitoría en la que se introduce al usuario al método.

Senior: Ejecutivo que alcanzó su primer ascenso en Publicidad.

Standard English: Significa Inglés Estandarizado.

Sugestología: Consiste en sugestionar positivamente a una persona mediante la motivación.

Survival English: Significa Inglés de Supervivencia

Talleres: Permiten ejercitar las habilidades de hablar, escribir y leer inglés.

TOEFL: Test of English as a Foreign Language (Máxima suficiencia del inglés)

Usuario: Es la persona que está tomando el programa de inglés.

7. BIBLIOGRAFÍA

BACA URBINA, Gabriel.- Evaluación de Proyectos.- Cuarta Edición.- Editorial McGraw-Hill.- México.- 2001.

KOTLER, Philip, et.al.- Dirección de Marketing.- Edición del Milenio.- Editorial Prentice Hall.- Décima Edición.- Madrid, 2000.

MENDIWELSON, Yadira.- Carta de Navegación Grupo JOM.- Colombia 2006

PORTER, Michael.- Estrategia y Ventaja Competitiva.- Editorial Planeta Colombiana.- Colombia 2006.

RAMÍREZ, Marcelo.-Metodología de la Investigación Científica.-Primera Edición.-Defina Publicidad Quito-Ecuador, 2000.

SAENZ Rodrigo.- Manual de Preparación y Evaluación de Proyectos.- 2da. Edición.- agosto 2002.

SAPAG N., SAPAG R.- Preparación y Evaluación de Proyectos.- Cuarta Edición. McGraw – Hill Interamericana.- Chile 2000.

8. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

	TIEMPO	SEPT				OCT				NOV				DIC				ENE				FEB				MAR				ABR				MAY				JUN			
	ACTIVIDADES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	INSCRIPCIONES																																								
2	INICIO Y TERMINACIÓN DE ACTIVIDADES																																								
3	ELABORACIÓN PLAN DE TESIS																																								
4	APROBACIÓN PLAN DE TESIS																																								
5	DESARROLLO DE LA TESIS																																								
6	CAPÍTULO I																																								
7	CAPÍTULO II																																								
8	CAPÍTULO III																																								
9	CAPÍTULO IV																																								
10	CAPÍTULO V																																								
11	REVISIÓN																																								
12	INFORME CONCLUSIÓN TESIS																																								
13	EDICIÓN DE LA TESIS																																								
14	INFORME DE PROFESORES TRIBUN. CALIFICADOR																																								
15	GRADO DEFENSA ORAL SEGÚN CALENDARIO																																								

9. PRESUPUESTO

RECURSOS MATERIALES	COSTOS USD
Inscripción	900
Laptop	800
Impresora	80
Cartuchos de tinta	60
Resmas Papel Bond	20
Reproducción de Encuestas	20
Encuestadores	200
Internet	50
Derechos	80
Empastado y Anillado	60
Transporte	100
Extensión tesis	100
TOTAL	2470

ANEXOS

ANEXO Nº 01

CONSTRUCCIONES MÉTODO FAST AND EASY

Fast & Easy

Mini Review B1 (Fases 01-04)

Nota: Recuerde ser puntual al asistir a sus sesiones, ya que las estructuras del módulo son repasadas en los primeros 5 - 10 minutos.



¡La fórmula perfecta para hablar
inglés de verdad!

www.koeonline.com www.koeonline.com



ANEXO N° 02

ENCUESTA DE INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Realizado por: Yessenia Jeanneth Mediavilla Chancúsig

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SEDE DE LA CORPORACIÓN KOE, AL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO

Objetivo:

Esta encuesta se realiza con el fin de conocer los gustos y preferencias de los consumidores radicados en el sector norte de Quito, en lo relacionado a capacitación en el idioma inglés.

Indicación: Marque con una X la casilla correspondiente a su respuesta.

FORMATO DE LA ENCUESTA

1. DENTRO DE QUE ÁREA SE ENCUENTRA SU PROFESIÓN?

Administración	<input type="checkbox"/>	Turismo	<input type="checkbox"/>
Comercio Exterior	<input type="checkbox"/>	Gastronomía	<input type="checkbox"/>
Sistemas	<input type="checkbox"/>	Comunicación	<input type="checkbox"/>
Arquitectura	<input type="checkbox"/>	Contabilidad	<input type="checkbox"/>
Medicina	<input type="checkbox"/>	Otra	<input type="checkbox"/> Cuál ?

2. ADEMÁS DE SU IDIOMA NATAL CUÁL CONSIDERA IMPORTANTE PARA EL EJERCICIO DE SU PROFESIÓN?

Alemán	<input type="checkbox"/>	Mandarín	<input type="checkbox"/>
Francés	<input type="checkbox"/>	Inglés	<input type="checkbox"/>
Portugués	<input type="checkbox"/>	Ninguno	<input type="checkbox"/>

3. ¿CÓMO CALIFICA USTED SU NIVEL DE INGLÉS?

HABLAR

Bueno ☐ Regular ☐ Malo ☐

LEER

Bueno ☐ Regular ☐ Malo ☐

ESCRIBIR

Bueno ☐ Regular ☐ Malo ☐

4. ¿CUÁL ES EL NIVEL DE INGLÉS AL CUAL USTED HA LLEGADO?

Básico	<input type="checkbox"/>	}	En qué Instituto?
Intermedio	<input type="checkbox"/>		
Avanzado	<input type="checkbox"/>		
Ninguno	<input type="checkbox"/>		

Si la respuesta es Ninguno pasar a la pregunta N°6

5. ¿CUÁL ES EL MÉTODO QUE SIGUIÓ PARA LLEGAR A ESE NIVEL DE INGLÉS?

Escolarizado ☐

Desescolarizado ☐

Computarizado ☐

Práctico ☐

Tradicional ☐

6. ¿ACTUALMENTE CUÁL ES EL NIVEL DE INGLÉS QUE SE ENCUENTRA ESTUDIANDO?

Básico	<input type="checkbox"/>	}	En qué Instituto?
Intermedio	<input type="checkbox"/>		
Avanzado	<input type="checkbox"/>		
Ninguno	<input type="checkbox"/>		

Si la respuesta es Ninguno pasar a la pregunta N°10

7. ¿CÓMO CALIFICA USTED AL MÉTODO QUE ESTA SIGUIENDO PARA APRENDER INGLÉS?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy Bueno	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Malo	<input type="checkbox"/>

8. ¿CUÁL ES EL MÉTODO QUE ESTÁ SIGUIENDO PARA APRENDER INGLÉS?

Escolarizado	<input type="checkbox"/>
Desescolarizado	<input type="checkbox"/>
Computarizado	<input type="checkbox"/>
Práctico	<input type="checkbox"/>
Tradicional	<input type="checkbox"/>

9. ¿CUÁNTO ESTÁ PAGANDO MENSUALMENTE POR EL CURSO DE INGLÉS QUE ESTÁ SIGUIENDO Y POR CUÁNTAS HORAS?

\$50 - \$70 ☐

\$80 - \$100 ☐

\$110- \$140 ☐

\$150 ó más ☐

10 a 15 horas ☐

16 a 20 horas ☐

21 a 30 horas ☐

31 horas o más ☐

10. ¿CUÁL HA SIDO LA MAYOR DIFICULTAD PARA APRENDER INGLÉS?

Interés ☐ Decisión ☐

Tiempo ☐ Métodos ☐

Dinero ☐ Cercanía ☐

11. ¿CUÁL ES EL MÉTODO QUE LE GUSTARÍA SEGUIR PARA APRENDER INGLÉS?

Dinámico ☐

Desescolarizado ☐

Computarizado ☐

Práctico ☐

Tradicional ☐

12. ¿EN QUÉ TIEMPO LE GUSTARÍA APRENDER INGLÉS?

9 meses ☐

1 año ☐

2 años ☐

3 años ó más ☐

13. ¿CONOCE LA FÓRMULA PARA HABLAR INGLÉS DEL MÉTODO FAST AND EASY?

SI ☐ NO ☐

Realizar a partir de esta pregunta a todos los encuestados.

14. ¿CUÁNTAS HORAS CONSIDERA USTED QUE PUEDRÍA ASISTIR SEMANALMENTE APRENDER INGLÉS?

2 horas a 3 horas ☐

4 horas a 5 horas ☐

6 horas ó más ☐

15. ¿CUÁL SERÍA EL MATERIAL QUE LE GUSTARÍA UTILIZAR PARA APRENDER INGLÉS?

Libros ☐

CDs de audio ☐

Activid. Educat. ☐

Computadoras ☐

16. ¿CUÁL ES EL INSTITUTO DE INGLÉS MÁS CERCANO QUE USTED CONOCE?

.....

ANEXO Nº 03

CAPACIDAD MÁXIMA DE LA DEMANDA

AÑOS	CURSOS DE INGLÉS	CAPACIDAD CUBIERTA	PLAN CONTADO 30%	PLAN 12 MESES 70%	PRECIO DE CONTADO	PRECIO A CRÉDITO	VENTAS EN PLAN CONTADO	VENTAS EN PLAN 12 MESES	VENTAS TOTALES
2010	480	60%	144	336	1.399	1.699	201.456	570.864	772.320
2011	560	70%	168	392	1.441	1.750	242.088	686.000	928.088
2012	640	80%	192	448	1.484	1.803	284.928	807.744	1.092.672
2013	720	90%	216	504	1.529	1.857	330.264	935.928	1.266.192
2014	800	100%	240	560	1.575	1.912	378.000	1.070.720	1.448.720

ANEXO N° 04

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

MUEBLES Y ENSERES

ITEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
1	Escritorio grande	3	1.220	3.660
2	Escritorio pequeño	6	880	5.280
3	Escritorio – recepción	1	920	920
4	Escritorio – call center	3	230	690
5	Armario archivador	6	430	2.580
6	Archivador bajo	3	380	1.140
7	Archivador aéreo	7	370	2.590
8	Mueble – equipo /audio	1	350	350
9	Sillón – tres personas	5	240	1.200
10	Sillón - dos personas	3	180	540
11	Sillón – una persona	1	120	120
12	Silla giratoria gerencial	3	234	702
13	Silla giratoria ejecutiva	7	95	665
14	Silla	118	29	3.422
15	Mesa simple pequeña	4	115	460
16	Mesa de centro	1	140	140
17	Pared Modular	230m ²	80	13.800
18	Microondas ELECTROLUX	1	126	126
19	Mini – refrigeradora ELECTROLUX	1	584	584
20	Cafetera Oster	1	46	46
			TOTAL	39.015

Elaborado por la Autora

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

ITEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
1	Computadora DELUXE 19"D.Core2.5 GHZ 3G	4	1.464	5.856
2	Impresora Multifuncional (incluye Escáner y Copiadora)	3	133	399
			TOTAL	6.255

Elaborado por la Autora

EQUIPO DE OFICINA

ITEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
1	Teléfono – fax PANASONIC	3	147	441
2	Teléfono PANASONIC	9	18	162
3	Teléfono PANASONIC	1	96	96
4	Plasma 32LD330 LG	2	734	1.468
5	DVD DV 586 LG	2	81	162
6	Equipo de sonido SONY	1	540	540
7	Micrófono PANASONIC	1	19	19
8	Grabadora CPBCE92 SONY	2	223	446
9	Pizarrón tiza líquida	4	108	432
			TOTAL	3.766

Elaborado por la Autora

ANEXO N° 05

GASTOS ADMINISTRATIVOS

PERSONAL ADMINISTRATIVO

CARGO	N° DE PERSONAS	SUELDO	BENEFICIOS DE LEY	MENSUAL	ANUAL	TOTAL
Director Administrativo	1	1.000	268,50	1268,50	15.222,00	15.222,00
Coordinador Académico	1	700	194,55	894,55	10.734,60	10.734,60
Monitor	2	600	169,90	769,90	9.238,80	18.477,60
Ejecutivo de Cobranzas	1	500	145,25	645,25	7.743,00	7.743,00
Recepcionista	2	264	87,08	351,08	4.212,96	8.425,92
Conserje	1	264	87,08	351,08	4.212,96	4.212,96
Guardia	1	264	87,08	351,08	4.212,96	4.212,96
TOTAL						69.029,04

Elaborado por la Autora

BENEFICIOS DE LEY

CARGO	Sueldo	10 ^{3er} Sueldo	10 ^{4to} Sueldo	Vacaciones	Aporte Patronal 12,15%	TOTAL
Director Administrativo	1.000	83,33	22,00	41,67	121,50	268,50
Coordinador Académico	700	58,33	22,00	29,17	85,05	194,55
Monitor	600	50,00	22,00	25,00	72,90	169,90
Ejecutivo de Cobranzas	500	41,67	22,00	20,83	60,75	145,25
Recepcionista	264	22,00	22,00	11,00	32,08	87,08
Conserje	264	22,00	22,00	11,00	32,08	87,08
Guardia	264	22,00	22,00	11,00	32,08	87,08

Elaborado por la Autora

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Escritorios grandes	329,40
Escritorios pequeños	475,20
Escritorio – recepción	82,80
Escritorios – call center	62,10
Armarios archivador	232,20
Archivadores bajos	102,60
Archivadores aéreos	233,10
Mueble – equipo /audio	31,50
Sillones – tres personas	108,00
Sillones - dos personas	48,60
Sillón – una persona	10,80
Sillas giratorias gerenciales	63,18
Sillas giratorias ejecutivas	59,85
Sillas	276,66
Mesa de centro	12,60
Paredes Modulares	1242,00
Microondas ELECTROLUX	11,34
Mini – refrigeradora ELECTROLUX	52,56
Cafetera Oster	4,14
TOTAL	3438,63

Elaborado por la Autora

PAGO DE ARRIENDO

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Arriendo de la instalación	2.000	24.000

Elaborado por la Autora

SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Luz	90	1.080
Agua	120	1.440
Teléfono Local	110	1.320
Internet	112	1.344
TOTAL		5.184

Elaborado por la Autora

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Computadoras DELUXE 19"D.Core2.5 GHZ 3G	1.756,62
Impresoras Multifuncionales (incluye Escáner y Copiadora)	119,69
TOTAL	1876,31

Elaborado por la Autora

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Teléfonos – fax PANASONIC	39,69
Teléfonos PANASONIC	14,58
Teléfono PANASONIC	8,64
Plasmas 32LD330 LG	132,12
DVD _s DV 586 LG	14,58
Equipo de sonido SONY	48,60
Micrófono PANASONIC	1,71
Grabadoras CPBCE92 SONY	40,14
Pizarrones tiza líquida	38,88
TOTAL	338,94

Elaborado por la Autora

MANTENIMIENTO DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	VALOR
Equipo de Computación	3%	187,65

Elaborado por la Autora

SUMINISTROS DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Resmas de papel	6	4,00	24,00
Toner para impresoras	3	20,00	60,00
Carpetas archivadoras	15	3,00	45,00
Sobres membretados	100	0,20	20,00
Hojas membretadas	100	0,20	20,00
Sellos	3	8,00	24,00
Tinta	3	4,00	12,00
Reglas	5	1,50	7,50
Perforadoras	4	5,00	20,00
Grapadoras	4	4,00	16,00
Caja de grapas	12	2,50	30,00
Caja de clips	12	2,00	24,00
Caja de marcadores de tiza líquida	6	5,00	30,00
Borradores de tiza líquida	8	2,00	16,00
Caja de marcadores permanentes	3	4,50	13,50
Cintas de embalaje	3	2,00	6,00
Cintas adhesivas	4	0,90	3,60
Caja de lápices	1	3,50	3,50
Goma	4	1,80	7,20
Caja de esferográficos	1	6,00	6,00
Caja de resaltadores	4	6,80	27,20
Correctores	4	1,60	6,40
TOTAL			421,90

Elaborado por la Autora

GASTO ADECUACIONES OFICINA

ITEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
1	Baterías Sanitarias	10	109	1.090
2	Servicio de Plomería	1	350	350
3	Instalaciones Eléctricas	1	160	160
4	Levantamiento de Paredes	1	120	120
5	Puertas de madera	9	80	720
			TOTAL	2.440

Elaborado por la Autora

INSUMOS DE LIMPIEZA

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Papel higiénico	Docena	10	4,00	48,00
Papel toalla	Rollo	20	3,50	84,00
Desinfectante líquido	Galón	6	3,80	22,80
Cloro	Galón	6	3,00	18,00
Jabón líquido para manos	Galón	6	4,50	27,00
Escobas	Unidad	6	3,00	18,00
Trapeadores	Unidad	8	5,00	40,00
TOTAL				257,80

Elaborado por la Autora

ANEXO N° 06

GASTOS DE VENTAS

COMISIONES, ESCALAS, IVI_s E IDG_s PARA LOS EJECUTIVOS DE PUBLICIDAD

CARGO	COMISIÓN		ESCALAS	IVI	Valor c/u	IVI	Valor c/u	IVI	Valor c/u	IDG	Valor c/u	IDG	Valor c/u	IDG	Valor c/u
	12 meses	Contado													
Asesor	47,50	70,00	0	7 – 8	16,00	9 - 10	18,00	11 ó +	22,00	0	0	0	0	0	0
Senior Ejecutivo	59,50	82,00	12	7 – 8	16,00	9 - 10	18,00	11 ó +	22,00	1 - 7	7,50	8 - 14	9,00	15 ó +	11,00
Jefe de Grupo	72,50	95,00	13	8 – 9	16,00	10-11	18,00	12 ó +	22,00	1 -10	7,50	11-19	10,00	20 ó +	12,00
Gerente Distrital	60,00	98,00	14	0	0	0	0	0	0	1 - 14	18,00	15-24	22,00	25 ó +	29,00
Director Regional	60,00	98,00	25	0	0	0	0	0	0	1 - 14	18,00	15-24	22,00	25 ó +	29,00

Elaborado por la Autora

PERSONAL DE PUBLICIDAD

CARGO	Nº DE PERSONAS	SUELDO	BENEFICIOS DE LEY	MENSUAL	ANUAL	TOTAL
Asesor	4	512,00	0,00	512,00	6.144,00	24.576,00
Senior Ejecutivo	2	577,00	164,23	741,23	8.894,76	17.789,52
Jefe de Grupo	2	581,50	165,34	746,84	8.962,08	17.924,16
Gerente Distrital	2	720,00	199,48	919,48	11.033,76	22.067,52
Director Regional	1	1.000,00	268,50	1268,50	15.222,00	15.222,00
Telemercaderista	1	264,00	87,08	351,08	4.212,96	4.212,96
TOTAL				4.539,13	54.469,56	101.792,16

Elaborado por la Autora

SUELDOS Y BENEFICIOS DE LEY

CARGO	MATR. INDIVID.	MATR. EQUIPO	COMISIONES	ESCALAS	IVI	IDG	Sueldo	10 ^{3er} Sueldo	10 ^{4to} Sueldo	Vacaciones	Aporte Patronal 12,15%	TOTAL
Asesor	7	0	400,00	0	112,00	0	512,00	0,00	0,00	0,00	0,00	512,00
Senior Ejecutivo	4	14	283,00	168,00	0	126,00	577,00	48,08	22,00	24,04	70,11	741,23
Jefe de Grupo	2	18	167,50	234,00	0	180,00	581,50	48,46	22,00	24,23	70,65	746,84
Gerente Distrital	0	20	0	280,00	0	440,00	720,00	60,00	22,00	30,00	87,48	919,48
Director Regional	0	40	0	1000,00	0	0	1000	83,33	22,00	41,67	121,50	1.268,50
Telemercaderista	0	0	0	0	0	0	264,00	22,00	22,00	11,00	32,08	351,08

Elaborado por la Autora

COSTO DEL MATERIAL (KIT FAST & EASY)

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	MENSUAL	ANUAL
Valor del material	150	6.000	72.000
Arancel del material 30%	45	1.800	21.600
Nacionalización		30	360
Flete del material		200	2.400
TOTAL		8.030	96.360

Elaborado por la Autora

PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Publi - entrevistas y cuñas en radio	3.000	36.000
Publi – reportajes en periódicos	1.500	6.000
Servicio de mailing	300	3.600
Volantes	100	1.200
Cartas condominio	120	1.440
Pasaportes	100	1.200
Dípticos – trípticos	200	2.400
Banners	500	500
TOTAL		52.340

Elaborado por la Autora

SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Teléfono Local	250	3.600
Teléfono celular	150	1.800
TOTAL		5.400

Elaborado por la Autora

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	PRECIO TOTAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Sillas	348	31,32
Mesas simples pequeñas	460	41,4
TOTAL		72,72

Elaborado por la Autora

ANEXO N° 07

TABLA DE AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO COMERCIAL

CAPITAL 10900

PLAZO 18 meses

TASA ANUAL 11,23%

TASA MENSUAL 0,93583%

No.	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA FIJA	VALOR CUOTA
0	10.900,00	0	0	0
1	10.900,00	102,01	605,56	707,56
2	10.294,44	102,01	605,56	707,56
3	9.688,89	96,34	605,56	701,89
4	9.083,33	90,67	605,56	696,23
5	8.477,78	85,00	605,56	690,56
6	7.872,22	79,34	605,56	684,89
7	7.266,67	73,67	605,56	679,23
8	6.661,11	68,00	605,56	673,56
9	6.055,56	62,34	605,56	667,89
10	5.450,00	56,67	605,56	662,23
11	4.844,44	51,00	605,56	656,56
12	4.238,89	45,34	605,56	650,89
13	3.633,33	39,67	605,56	645,22
14	3.027,78	34,00	605,56	639,56
15	2.422,22	28,33	605,56	633,89
16	1.816,67	22,67	605,56	628,22
17	1.211,11	17,00	605,56	622,56
18	605,56	11,33	605,56	616,89

Elaborado por la Autora

ANEXO N° 08

VALORES RESIDUALES DE LOS ACTIVOS FIJOS

VALOR RESIDUAL DE MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	VALOR RESIDUAL
Escritorios grandes	366,00
Escritorios pequeños	528,00
Escritorio – recepción	92,00
Escritorios – call center	69,00
Armarios archivador	258,00
Archivadores bajos	114,00
Archivadores aéreos	259,00
Mueble – equipo /audio	35,00
Sillones – tres personas	120,00
Sillones - dos personas	54,00
Sillón – una persona	12,00
Sillas giratorias gerenciales	70,20
Sillas giratorias ejecutivas	66,50
Sillas	307,40
Mesa de centro	14,00
Paredes Modulares	1380,00
Microondas ELECTROLUX	12,60
Mini – refrigeradora ELECTROLUX	58,40
Cafetera Oster	4,60
Sillas	34,80
Mesas simples pequeñas	46,00
TOTAL	3.901,50

Elaborado por la Autora

VALOR RESIDUAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR RESIDUAL
Computadoras DELUXE 19"D.Core2.5 GHZ 3G	585,60
Impresoras Multifuncionales (incluye Escáner y Copiadora)	39,90
TOTAL	625,50

Elaborado por la Autora

VALOR RESIDUAL DE EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	VALOR RESIDUAL
Teléfonos – fax PANASONIC	44,10
Teléfonos PANASONIC	16,20
Teléfono PANASONIC	9,60
Plasmas 32LD330 LG	146,80
DVDs DV 586 LG	16,20
Equipo de sonido SONY	54,00
Micrófono PANASONIC	1,90
Grabadoras CPBCE92 SONY	44,60
Pizarrones tiza líquida	43,20
TOTAL	376,60

Elaborado por la Autora

ANEXO N° 09

DEPRECIACIÓN ANUAL DE ACTIVOS FIJOS

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Escritorios grandes	329,40
Escritorios pequeños	475,20
Escritorio – recepción	82,80
Escritorios – call center	62,10
Armarios archivador	232,20
Archivadores bajos	102,60
Archivadores aéreos	233,10
Mueble – equipo /audio	31,50
Sillones – tres personas	108,00
Sillones - dos personas	48,60
Sillón – una persona	10,80
Sillas giratorias gerenciales	63,18
Sillas giratorias ejecutivas	59,85
Sillas	276,66
Mesa de centro	12,60
Paredes Modulares	1242,00
Microondas ELECTROLUX	11,34
Mini – refrigeradora ELECTROLUX	52,56
Cafetera Oster	4,14
Sillas	31,32
Mesas simples pequeñas	41,4
TOTAL	3.511,35

Elaborado por la Autora

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Computadoras DELUXE 19"D.Core2.5 GHZ 3G	1.756,62
Impresoras Multifuncionales (incluye Escáner y Copiadora)	119,69
TOTAL	1.876,31

Elaborado por la Autora

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Teléfonos – fax PANASONIC	39,69
Teléfonos PANASONIC	14,58
Teléfono PANASONIC	8,64
Plasmas 32LD330 LG	132,12
DVDs DV 586 LG	14,58
Equipo de sonido SONY	48,60
Micrófono PANASONIC	1,71
Grabadoras CPBCE92 SONY	40,14
Pizarrones tiza líquida	38,88
TOTAL	338,94

Elaborado por la Autora